



JURNAL ILMIAH
RAFLESIA AKUNTANSI

POLITEKNIK RAFLESIA

Tim Editorial

Pimpinan Redaksi:

Tuti Hermelinda, M.Ak (Politeknik Raflesia)
Google Scholar - SINTA

Editor :

1. **Mis Fertyno Situmeang., SE., MSi., Akt** (Politeknik Negeri Ambon)
Google Scholar - SINTA
2. **Revi Candra, M.Ak.** (IAIN Batusangkar)
Google Scholar - SINTA
3. **Dr. Dwi Asih Haryanti, S.E., M.M., M.Ikom.** (Universitas
Gunadarma)
Google Scholar - SINTA
4. **Nurhasanah, S.E., M.Ak.** (Politeknik Raflesia)
Google Scholar - SINTA
5. **Yuni Putri Yustisi** (Universitas Teknologi Yogyakarta) Google
Scholar - SINTA

Mitra Bestari

Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi (JIRA) memiliki penyunting dengan bidang ilmu yang sesuai yaitu:

1. **Dr. Fachruzzaman, S.E., M.D.,M.Ak., CA. (Universitas Bengkulu)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
2. **Mada O Puteh, SE,M.Si (Fatony University Thailand)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
3. **Provita Wijayayanti, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,IFP.,PhD (UNNISULA Semarang)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
4. **Ari Nugroho Cahyono, S.E.,M.Acc (Universitas Muhammadiyah Kendal Batang)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
5. **Reza Muhammad Rizqi, S.E.,M.Ak.,A.MA (Universitas Teknologi Sumbawa)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
6. **Dirvi Surya Abbas, S.E.,M.Ak (Universitas Muhammadiyah Tangerang)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
7. **Elfina Yenti, S.E.,AK.,M.Si,CA (IAIN Batu Sangkar)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)

Tim Editorial

Pimpinan Redaksi:

Tuti Hermelinda, M.Ak (Politeknik Raflesia)
Google Scholar - SINTA

Editor :

1. **Mis Fertyno Situmeang., SE., MSi., Akt** (Politeknik Negeri Ambon)
Google Scholar - SINTA
2. **Revi Candra, M.Ak.** (IAIN Batusangkar)
Google Scholar - SINTA
3. **Dr. Dwi Asih Haryanti, S.E., M.M., M.Ikom.** (Universitas Gunadarma)
Google Scholar - SINTA
4. **Nurhasanah, S.E., M.Ak.** (Politeknik Raflesia)
Google Scholar - SINTA
5. **Yuni Putri Yustisi** (Universitas Teknologi Yogyakarta) Google Scholar - SINTA

Mitra Bestari

Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi (JIRA) memiliki penyunting dengan bidang ilmu yang sesuai yaitu:

1. **Dr. Fachruzzaman, S.E., M.D.,M.Ak., CA. (Universitas Bengkulu)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
2. **Mada O Puteh, SE,M.Si (Fatony University Thailand)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
3. **Provita Wijayayanti, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,IFP.,PhD (UNNISULA Semarang)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
4. **Ari Nugroho Cahyono, S.E.,M.Acc (Universitas Muhammadiyah Kendal Batang)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
5. **Reza Muhammad Rizqi, S.E.,M.Ak.,A.MA (Universitas Teknologi Sumbawa)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
6. **Dirvi Surya Abbas, S.E.,M.Ak (Universitas Muhammadiyah Tangerang)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)
7. **Elfina Yenti, S.E.,AK.,M.Si,CA (IAIN Batu Sangkar)** [Google Scholar](#) - [SINTA](#)

Determinan Tax Avoidance pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia

Heni Andani¹ Triyani Budyastuti²

Universitas Mercu Buana -¹heniandani15@gmail.com

-²triyani@mercubuana.ac.id

Abstrak— In Indonesia, tax avoidance still remains an issue. This research tends to analyze how sales growth, Firm size, and related party transactions affect tax avoidance. The focus of this study is mining companies on the Indonesia Stock Exchange (BEI). Purposive sampling was employed in this research, and 20 companies were observed from 2019 to 2023 using specified criteria. With the aid of Statistical Product and Service Solutions (SPSS) software version 25, the data analysis methods employed in this study include multiple regression testing, hypothesis testing, descriptive statistical testing, and traditional assumption testing. This research discovered that sales growth and firm size have a positive effect on tax avoidance. And the Related Party Transaction has no effect on tax avoidance.

Keywords: Tax Avoidance, Sales Growth, Firm Size, Related Party Transaction.

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber pendanaan terbesar di Indonesia, yang menyumbang sekitar 82% dari pendapatan negara (Kompasiana, 2024). Untuk memaksimalkan penerimaan pajak dan mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, pemerintah telah melakukan sejumlah inisiatif. Namun, studi "Statistik Pendapatan di Asia dan Pasifik 2023" menempatkan rasio pajak Indonesia pada urutan keempat dari tiga puluh negara di kawasan Asia-Pasifik.

Rasio pajak merupakan indikator yang baik untuk mengetahui penggelapan pajak di Indonesia. Rumus untuk menghitung rasio pajak membandingkan penerimaan pajak dengan PDB selama periode waktu tertentu untuk menilai kinerja pajak.

Tabel 1. 1 Penerimaan Pajak Sektor Pertambangan 2022-2023

Sektor	2022		2023			
	PDB	Penerimaan Pajak (Rp triliun)	Tax Ratio (%)	PDB	Penerimaan Pajak (Rp triliun)	Tax Ratio (%)
Pertambangan	12,2%	168,9	7,1	10,53 %	175,7	7,9

Sumber: Alinea (2023); dan Databoks (2024)

Pada 2022 dan 2023, penerimaan dari sektor pertambangan masing-masing hanya 7,1% dan 7,9%, sedangkan rasio pajak idealnya 15-18% untuk pendanaan pembangunan negara secara mandiri (News DDTC, 2023). Keuangan negara akan terganggu oleh adanya ketidakpatuhan wajib pajak, salah satunya melalui *tax avoidance* atau penghindaran pajak. Dalam meminimalisir tingginya beban pajak atas labanya, sebuah perusahaan dapat menghindari pajak, baik melalui cara yang sah/legal maupun dengan memenuhi persyaratan undang-undang.

Penghindaran pajak bisa didorong melalui beragam faktor, antara lain *sales growth*, ukuran perusahaan, serta *related party transaction*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pohan (2013;11) penghindaran pajak yakni upaya pengurangan proses bayar pajak yang dilakukan secara legal, aman dan sesuai undang-undang perpajakan yang diberlakukan. *Tax avoidance* mencakup pengaturan urusan pajak yang tetap berada dalam kerangka aturan perpajakan. Penghindaran pajak tidak dianggap sebagai pelanggaran undang-undang perpajakan dan diakui dalam undang-undang perpajakan. Perusahaan mencari metode yang sah untuk mengurangi beban pajak dan meningkatkan keuntungan.

Sales growth menggambarkan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan (Sumantri et al., 2022a). Hal ini punya peranan fundamental pada pengelolaan modal kerja, dikarenakan perusahaan mampu memprediksi sebesar apa keuntungan yang nantinya diperoleh dengan besarnya pertumbuhan penjualan. Perusahaan mampu memprediksi seberapa banyak laba yang nantinya didapatkan berdasarkan tingkat pertumbuhan penjualan (Ziliwu & Ajimat, 2021). Tingkat

penjualan yang tinggi akan berdampak pada pertumbuhan penjualan dan laba setiap perusahaan, sehingga perusahaan nantinya punya kecenderungan menghindari pajak. Hal ini sama dengan riset dari Ellyanti & Suwarti (2022) serta Sumantri et al. (2022) memaparkan *sales growth* punya pengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Lain halnya dengan riset Hermi & Petrawati (2023); dan Sholihah & Rahmiati (2024), mengatakan bahwasanya *sales growth* tidak memiliki pengaruh terhadap *tax avoidance*.

Ukuran perusahaan ialah sebuah metrik yang menggolongkan Perusahaan atas dasar skalanya, juga dapat merepresentasikan aktivitas operasional serta pendapatan perusahaan (Mahdiana & Amin, 2020). Berbagai parameter bisa digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu entitas di antaranya jumlah karyawan perusahaan, total aset yang dimiliki, jumlah penjualan yang didapatkan pada suatu periode, dan jumlah saham yang beredar. Manajemen perusahaan besar cenderung bertindak agresif atau patuh karena perusahaan besar sering menjadi perhatian berbagai pihak salah satunya pemerintah (Saputri & Nuswandari, 2024). Hasil penelitian penelitian dari Wahyuni & Wahyudi (2021) dan Wansu & Dura (2024), mengatakan bahwasanya tidak berpengaruh antara ukuran Perusahaan dengan *tax avoidance*. Namun bertentangan dengan penelitian dari Setiawati & Ammar (2022); Indrati et al. (2024); Widiatmoko & Mulya (2021); serta Stawati (2020) yang memaparkan ukuran perusahaan punya pengaruh positif sekaligus signifikan pada penghindaran pajak.

Menurut PSAK Nomor 07, *Related Party Transactions (RPT)* atau transaksi antara pihak berelasi terjadi ketika satu pihak dapat secara signifikan memengaruhi atau mengendalikan pilihan keuangan dan operasional pihak lain. Laba bersih dan kesehatan keuangan perusahaan dapat dipengaruhi oleh transaksi dengan pihak terkait. Produk dijual kepada perusahaan pengendali sebesar biaya perolehannya, dan tidak dijual kepada perusahaan lain untuk hal yang sama. Jumlah transaksi dengan pihak yang punya relasi istimewa bisa berbeda dengan jumlah transaksi yang dijalankan dengan perusahaan yang tidak memiliki relasi istimewa (Muti'ah et al., 2021a). Menurut Nabilah et al. (2022), RPT tidak mempunyai pengaruh terhadap *tax avoidance*. Bertentangan dengan penelitian Bernando & Oktaviano (2023); Muti'ah et al. (2021); serta Nindita et al. (2021), mendapatkan bahwasanya RPT punya pengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

2. METODE

Studi ini memakai analisis statistik dan metodologi kuantitatif guna menjalankan pengujian hipotesis terkait korelasi antara variabel bebas dengan terikat. Ini termasuk penelitian kausal, yang menggunakan pengujian hipotesis untuk melihat bagaimana variabel independen memengaruhi variabel lain. Pengambilan sampel secara purposif yakni metode yang dipergunakan dalam menetapkan sampel, yang berarti bahwa informasi dikumpulkan menurut sejumlah standar yang telah ditetapkan. Dua puluh organisasi sektor pertambangan yang memenuhi persyaratan ini dimasukkan dalam 100 data sampel yang dipergunakan pada investigasi ini. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25 dipergunakan dalam melaksanakan studi ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu rincian ciri-ciri sampel penelitian, termasuk nilai minimum, maksimum, rerata, serta standar deviasi dari variabel seperti *sales growth*, ukuran perusahaan, dan *related party transaction*.

Tabel 3.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimun	Maximum	Mean	Std. Deviation
SG	100	-.989	13.592	.33482	1.454480
UP	100	23.517	32.765	29.08419	1.990655
RPTL	100	.000	.955	.09109	.198802
TA	100	-.329	1.898	.28777	.271118

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25, 2024

Melalui hasil pengujian Deskriptif sebelumnya, mampu disimpulkan sebagai berikut :

1. *Sales Growth* Berdasarkan Tabel 3.1, nilai minimum sales growth yaitu -0,989 dipegang oleh PT J Resources Asia Pasifik Tbk tahun 2021, menunjukkan perusahaan mengalami kerugian. Sebaliknya, nilai maksimum sebesar 13,592 dimiliki oleh PT Astrindo Nusantara Infrastruktur pada 2023, menunjukkan efektifitas penggunaan penjualan untuk pendapatan. Rerata sales growth yakni 0,34545 yang memiliki standar deviasi 1,503708, menunjukkan penyebaran data yang heterogen.
2. Ukuran Perusahaan Menurut Tabel 3.1, nilai terendah ukuran perusahaan sebesar 23,517 dipegang oleh PT Indo Tambangraya Megah Tbk tahun 2020, menunjukkan total aset terendah. Nilai tertinggi yakni 32,765 oleh PT Adaro Energy Tbk pada 2022, menunjukkan total aset tertinggi. Rerata ukuran perusahaan senilai 29,02527 dengan standar deviasi 2,008272, menunjukkan penyebaran data yang homogen.
3. *Related Party Transaction (RPT)* Dari Tabel 3.1, nilai terendah RPT sebesar 0,000 dimiliki oleh Merdeka Copper Gold Tbk (2019, 2023) dan PT Trans Power Marine Tbk (2019, 2020, 2021), menunjukkan proporsi liabilitas kepada pihak berelasi sangat kecil atau tidak ada. Nilai tertinggi senilai 0,955 dipegang oleh PT Betonjaya Manunggal Tbk di tahun 2023, menunjukkan proporsi liabilitas yang besar. Rerata RPT senilai 0,09109 dengan standar deviasi 0,198802, memperlihatkan penyebaran data yang heterogen.
4. *Tax Avoidance* Menurut Tabel 3.1, nilai terendah *Tax Avoidance* (ETR) yakni -0,329 dipegang oleh J Resources Asia Pasifik Tbk tahun 2022, memperlihatkan rendahnya pembayaran pajak serta indikasi penghindaran pajak. Nilai tertinggi yaitu 1,898 dimiliki oleh Betonjaya Manunggal Tbk pada 2019, menunjukkan tingkat praktik penghindaran pajak yang rendah. Rata-rata ETR yakni 0,28777 dengan standar deviasi 0,271118, menunjukkan penyebaran data yang homogen.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Uji koefisien determinasi (R2) menggambarkan sebesar apa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 3. 2 Uji Koefisiensi Determinasi (R2)

Mode I	Adjusted R Square
1	.215

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25, 2024

Hasil Uji R² memperlihatkan nilai Adjusted R Square yakni 0,215. Ini menandakan bahwasanya variasi dalam semua variabel bebas mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat yakni 21,5%. Sementara sisanya, yaitu 78,5%, mendapat pengaruh dari lainnya di luar penelitian ini

Pengujian Hipotesis

Menurut Priyatno (2013:139), uji T dipakai dalam menentukan apakah dengan cara parsial variabel bebas mempengaruhi dengan signifikan pada variabel terikat. Pengujian ini memakai taraf signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$).

Tabel 3. 3 Uji Hipotesis

Model	B	t	Sig
1 (Contant)	-.096	-.805	.423
SG	.025	3.551	.001
UP	.012	2.370	.020
RPTN	-.097	-1.729	.087

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 25, 2024

Berikut penjelasan lengkap berdasarkan hasil pelaksanaan uji menggunakan uji parsial (uji-t) untuk setiap variabel:

- 1) Melalui taraf signifikansi (Sig.) senilai 0,001, hasil pelaksanaan uji variabel *Sales Growth* terhadap *Tax Avoidance* memperlihatkan nilai t hitung senilai 3,551 melampaui nilai t tabel sejumlah 1,98609. Hal ini menyimpulkan bahwasanya *Sales Growth* mempunyai pengaruh positif sekaligus signifikan pada *Tax Avoidance* sebab nilai Sig. $< 0,05$. Temuan tersebut mendukung validitas hipotesis H1.
- 2) Melalui taraf signifikansi (Sig.) senilai 0,020, hasil pelaksanaan uji variabel *Ukuran Perusahaan* terhadap *Tax Avoidance* memperlihatkan nilai t hitung senilai 2,370 melebihi nilai t tabel senilai 1,98609. Hal tersebut menyimpulkan bahwasanya *Ukuran Perusahaan* punya pengaruh positif sekaligus signifikan pada *Tax Avoidance* karena nilai Sig. Nilai thitung $< 0,05$. Hipotesis H2 dapat diterima karena metode penghindaran pajak meningkat seiring dengan ukuran organisasi.
- 3) Dari hasil pelaksanaan uji, nilai t-hitung ialah -1,729 kurang dari nilai t tabel ialah 1,98609, yang mana nilai signifikansinya (Sig.) yakni 0,087, untuk variabel *Related Party Transaction* terhadap *Tax Avoidance*. Hal tersebut menyimpulkan bahwasanya RPT tidak ada pengaruh yang nyata dengan penghindaran pajak karena nilai Sig. $> 0,05$. Hipotesis H3 ditolak berdasarkan temuan ini.

Pembahasan

Pengaruh *Sales Growth* (X1) Terhadap *Tax Avoidance* (Y)

Berlandaskan temuan pelaksanaan uji hipotesis sebelumnya, bisa dikatakan bahwasanya *tax avoidance* dapat dipengaruhi dengan positif oleh *sales growth*. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa peluang perusahaan dalam menyelenggarakan penghindaran pajak meningkat seiring dengan pertumbuhan penjualannya.

Sales growth mampu merepresentasikan seberapa baik ataupun buruk taraf pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Perusahaan mampu membuat prediksi terhadap berapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan dengan besaran pertumbuhan penjualan. *Sales Growth* yang tinggi biasanya diiringi oleh peningkatan laba. Dalam teori agensi, *sales growth* memiliki hubungan yang menunjukkan keberhasilan agen dalam meningkatkan kinerja Perusahaan dari segi pertumbuhan penjualan.

Hasil riset ini selaras dengan penelitian Ellyanti & Suwarti (2022) dan Sumantri et al. (2022a), menyampaikan bahwasanya *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap *Tax Avoidance*.

Pengaruh *Ukuran Perusahaan* (X2) Terhadap *Tax Avoidance* (Y)

Berlandaskan temuan pengujian hipotesis sebelumnya, dapat dikatakan bahwasanya *tax avoidance* dipengaruhi secara positif oleh ukuran perusahaan.

Umumnya, angka ETR (Tarif Pajak Efektif) yang lebih kecil dikaitkan dengan ukuran perusahaan yang lebih besar. Teori keagenan menyatakan bahwa agen menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan perusahaan pada manajemen perusahaan.

Hasil penelitian ini selaras akan riset dari Faradilla & Bhilawa (2022); Indrati et al. (2024); Sawitri et al. (2022); Stawati (2020); Widiatmoko & Mulya (2021), menyatakan *Ukuran Perusahaan* berpengaruh positif sekaligus signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

Pengaruh *Related Party Transaction* (X3) Terhadap *Tax Avoidance* (Y)

Dari hasil pengujian hipotesis yang diselenggarakan sebelumnya dapat disimpulkan bahwasanya *related party transaction* tidak mempengaruhi secara positif terhadap *tax avoidance*.

Manajemen sebagai agen dapat memanfaatkan RPT *Liabilities* untuk kepentingan pribadi dengan mentransfer keuntungan ke pihak berelasi yang terafiliasi, yang berpotensi merugikan prinsipal (pemegang saham) melalui pengurangan pembayaran pajak.

Hasil penelitian ini selaras akan temuan Aryotama & Firmansyah (2019) dan Nilasari & Setiawan (2019), memiliki kesimpulan yaitu RPT tidak mempunyai pengaruh terhadap *Tax Avoidance*.

Karena pinjaman pihak terkait dapat menguntungkan bisnis dengan menghasilkan pendapatan bunga, yang pada akhirnya dapat menurunkan pendapatan kena pajak, alasan di balik transaksi pihak terkait tidak ada kaitannya dengan penghindaran pajak.

4. KESIMPULAN

Dibawah ini merupakan Kesimpulan penelitian yang disusun berdasarkan hasil dan pembahasan yang dijelaskan sebelumnya:

1. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya *Sales Growth* mempengaruhi dengan positif terhadap *Tax Avoidance* di perusahaan pertambangan Tahun 2019 –2023. Hal ini mengindikasikan bahwasanya makin tinggi *Sales Growth* suatu perusahaan pertambangan, makin besar juga kemungkinan perusahaan tersebut mempraktikkan *tax avoidance*.
2. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya Ukuran Perusahaan mempengaruhi dengan positif terhadap *Tax Avoidance* di perusahaan pertambangan Tahun 2019 – 2023. Perihal tersebut menyatakan bahwasanya makin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi peningkatan *tax avoidance*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya RPT tidak mempengaruhi *Tax Avoidance* pada perusahaan pertambangan Tahun 2019 – 2023. Hal ini mengindikasikan bahwa makin besar transaksi *liabilities* dengan berbagai pihak yang memiliki ikatan berelasi/istimewa dengan perusahaan, justru makin kecil kemungkinan perusahaan tersebut melakukan penghindaran pajak. Perihal tersebut bisa dikarenakan oleh transaksi utang dengan pihak terkait lebih transparan dan mudah diawasi oleh otoritas pajak, atau karena perusahaan lebih berhati-hati dalam melakukan penghindaran pajak melalui mekanisme hutang kepada pihak berelasi untuk menghindari potensi masalah hukum atau reputasi di kemudian hari.

Berdasarkan temuan-temuan yang diuraikan pada penelitian ini, berikut ini ialah sejumlah rekomendasi atau saran yang bisa diberikan:

1. Variabel RPT tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap *Tax Avoidance*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih memfokuskan penelitian dan menggunakan sampel perusahaan lain, menambah variabel independen, serta memperluas penelitian ke sektor lain.
2. Untuk perusahaan, praktik penghindaran pajak yang legal dan terencana dapat mengoptimalkan beban pajak perusahaan, dengan tetap memprioritaskan kepatuhan terhadap peraturan. Perusahaan perlu membangun sistem pengendalian internal yang kuat serta tata kelola perusahaan yang baik untuk meminimalisir risiko penghindaran pajak yang tidak selaras akan aturan perundang-undangan.
3. Untuk pemerintah terutama Direktorat Jenderal Pajak perlu memperketat dan rutin meninjau peraturan perpajakan untuk menekan angka penghindaran pajak. Pemerintah perlu meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dalam bidang perpajakan, serta menjalin kerja sama internasional untuk mencegah praktik penghindaran pajak lintas negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Alinea. (2023). Rendahnya tax ratio di tengah tingginya korupsi dan penghindaran pajak. In [alinea.id](https://www.alinea.id/bisnis/rendahnya-tax-ratio-di-tengah-korupsi-dan-penghindaran-pajak-b2hQO9Mwo).
- Aryotama, P., & Firmansyah, A. (2019). The association between related party transaction and tax avoidance in Indonesia. *AFEBI Accounting Review*, 4(2), 117–125.
- Bernando, F., & Oktaviano, B. (2023). Tax avoidance with profit management as a moderating variable; influence of profitability, leverage, company size, and related party transactions. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 10(4), 209–224.
- Databoks. (2024). Inilah 10 Sektor Utama Penopang Ekonomi Indonesia pada 2023, Industri Pengolahan Terbesar. In [Databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/inilah-10-sektor-utama-penopang-ekonomi-indonesia-pada-2023-industri-pengolahan-terbesar).
- DDTC, N. (2023). Catatan bagi Pemerintah untuk Kejar Tax Ratio 15 Persen, Apa Saja? In news.ddtc.co.id.
- Ellyanti, R. S., & Suwarti, T. (2022). Analisis Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Corporate Governance, dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance (Studi Terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2018-2020). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(01), 118–128.
- Faradilla, I. C., & Bhilawa, L. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan sales growth terhadap tax avoidance. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 34–44.
- Hermi, H., & Petrawati, P. (2023). The Effect of Management Compensation, Thin Capitalization and Sales Growth On Tax Avoidance With Institutional Ownership as Moderation. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 23(1), 1–14.
- Indrati, M., Agustiningsih, W., Purwaningsih, E., & Baskara, I. (2024). Analysis of Factors That Influence Tax Avoidance in the Food and Beverage Industry. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(1), 558–571.
- Kompasiana. (2024). Tingkatkan Kepatuhan Pajak: Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat? In [Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com/afifahsalsabila0078/659849ef12d50f3f216c16e6/tingkatkan-kepatuhan-pajak-tingkatkan-kesejahteraan-rakyat).
- Mahdiana, M. Q., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan sales growth terhadap tax avoidance. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(1), 127–138.
- Muti'ah, Marsyaf, & Ahmad, Z. (2021a). The influence of sales growth, debt equity ratio (DER) and related party transaction to tax avoidance. *International Journal of Management Studies and Social Science Research (IJMSSR)*, 3(4), 237–244.
- Muti'ah, Marsyaf, & Ahmad, Z. (2021b). The influence of sales growth, debt equity ratio (DER) and related party transaction to tax avoidance. *International Journal of Management Studies and Social Science Research (IJMSSR)*, 3(4), 237–244.
- Muti'ah, Marsyaf, & Ahmad, Z. (2021c). The influence of sales growth, debt equity ratio (DER) and related party transaction to tax avoidance. *International Journal of Management Studies and Social Science Research (IJMSSR)*, 3(4), 237–244.
- Nilasari, A., & Setiawan, I. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance dan Transaksi Hubungan Istimewa Terhadap Effective Tax Rate (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Renaissance*, 4(02), 583–598.
- Nindita, F. K., Rahman, A., & Rosyafah, S. (2021). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Assets, Related Party Transaction terhadap Penghindaran Pajak. *UBHARA Accounting Journal*, 1(2), 357–366.
- Pohan, C. A. (2013). *Manajemen Perpajakan Strategi Perencanaan dan Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saputri, R., & Nuswandari, C. (2024). Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 710–726.
- Sawitri, A. P., Ariska, F. A., & Alam, W. Y. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Koneksi Politik Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 8(1).
- Setiawati, R. A., & Ammar, M. (2022). Analisis determinan tax avoidance perusahaan sektor pertambangan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 92–105.
- Sholihah, E. F. M., & Rahmiati, A. (2024). Pengaruh Leverage, Sales Growth, Kompensasi Rugi Fiskal dan Koneksi Politik terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2022). *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(1), 186–199.
- Stawati, V. (2020). Pengaruh profitabilitas, Leverage dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(2), 147–157.

- Sumantri, F. A., Kusnawan, A., & Anggraeni, R. D. (2022a). The effect of capital intensity, sales growth, leverage on tax avoidance and profitability as moderators. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 36–53.
- Sumantri, F. A., Kusnawan, A., & Anggraeni, R. D. (2022b). The effect of capital intensity, sales growth, leverage on tax avoidance and profitability as moderators. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 36–53.
- Wahyuni, T., & Wahyudi, D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Sales Growth dan Kualitas Audit terhadap Tax Avoidance. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 14(2), 394–403.
- Wansu, E. E., & Dura, J. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance:(Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia). Owner: *Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(1), 749–759.
- Widiatmoko, S., & Mulya, H. (2021). The Effect of Good Corporate Governance, Profitability, Capital Intensity and Company Size on Tax Avoidance. *Journal of Social Science*, 2(4), 502–511.
- Ziliwu, L., & Ajimat, A. (2021). Pengaruh Umur Perusahaan Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(5), 426.

Pengambilan Keputusan Kredit: Pengaruh Literasi Keuangan, Suku Bunga, dan Inklusi Keuangan

Denny Hambali¹, Reza Muhammad Rizqi²

Universitas Teknologi Sumbawa ¹denny.hambali@uts.ac.id

²reza.muhammad.rizqi@uts.ac.id

Abstrak— This study aims to analyze the effect of financial literacy, interest rates, and financial inclusion on credit decision making at PT Busan Auto Finance in Sumbawa. In the face of increasing credit needs in the motor vehicle financing sector, it is important to understand the factors that influence consumer decisions. This study uses a quantitative approach with the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS), involving 100 respondents who have taken credit in the past year. The results showed that financial literacy has a positive and significant effect on credit decision making. This means that the higher consumers' understanding of financial aspects, the wiser they are in making credit decisions. In contrast, interest rates have a negative and significant effect, which means that the higher the interest rate, the lower the public's interest in taking credit due to the high financial burden. Meanwhile, financial inclusion shows a positive and significant effect, indicating that wider access to formal financial services encourages increased credit taking. The R-square value of 0.728 indicates that the three variables are able to explain 72.8% of the variability in credit decision making. In addition, the Goodness of Fit (GoF) test yielded a value of 0.6247, indicating that the model has a good fit. The implications of the results emphasize the importance of improving financial literacy, managing competitive interest rates, and expanding access to formal financial services. The findings are expected to assist PT Busan Auto Finance in formulating more effective credit strategies and supporting the economic growth of the Sumbawa community.

Keywords: Financial Literacy, Interest Rates, Financial Inclusion, Decision Making

1. PENDAHULUAN

Pengambilan kredit merupakan fenomena yang kompleks dan multidimensional di Indonesia, terutama dalam konteks perekonomian yang didominasi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta rumah tangga dengan beragam latar belakang sosial-ekonomi. Kredit memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik sebagai sarana untuk memulai usaha, memperluas bisnis, maupun memenuhi kebutuhan konsumtif (Prasetyo dan Nugroho, 2021). Namun, keputusan untuk mengambil kredit tidak terjadi secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat pendapatan, pendidikan, akses ke lembaga keuangan, literasi keuangan, dan persepsi risiko. Data dari Bank Indonesia (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan kredit di Indonesia mencapai 9,5% pada kuartal ketiga tahun 2022, dengan sektor UMKM menyumbang sekitar 19,8% dari total kredit yang disalurkan. Meskipun demikian, tingkat literasi keuangan yang masih rendah, yaitu hanya 38,03% (OJK, 2022), menjadi salah satu tantangan utama dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan kredit.

Penelitian terdahulu telah mengungkap berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pengambilan kredit di Indonesia. Studi oleh Widayastuti dan Haryanto (2020) menemukan bahwa tingkat pendapatan dan pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mengambil kredit. Individu dengan pendapatan lebih tinggi dan tingkat pendidikan yang lebih baik cenderung lebih percaya diri dalam mengajukan kredit karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan risiko yang terkait dengan kredit. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti peran aksesibilitas ke lembaga keuangan sebagai faktor penentu. Masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, di mana akses ke bank dan lembaga keuangan non-bank lebih mudah, cenderung lebih aktif dalam mengambil kredit dibandingkan dengan mereka yang tinggal di daerah pedesaan. Di sisi lain, persepsi risiko dan tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan juga menjadi faktor krusial dalam keputusan pengambilan kredit. Penelitian oleh Suryanto et al. (2019) mengungkapkan bahwa banyak masyarakat yang enggan mengambil kredit karena takut tidak mampu membayar cicilan atau terjebak dalam utang yang berkepanjangan. Persepsi ini sering kali diperparah oleh kurangnya transparansi dalam prosedur pengajuan kredit dan tingginya suku bunga yang diterapkan oleh beberapa lembaga keuangan. Selain itu, stigma sosial terhadap utang juga memengaruhi keputusan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Prabowo dkk. (2020) menunjukkan bahwa di beberapa daerah, terutama di komunitas tradisional, utang dianggap sebagai beban moral dan sosial yang harus dihindari. Hal ini menyebabkan banyak individu memilih untuk tidak mengambil kredit meskipun mereka memiliki kebutuhan mendesak. Faktor budaya dan sosial juga turut memengaruhi keputusan pengambilan kredit di Indonesia. Penelitian oleh Rahmawati dan Ningtyas (2022) menemukan bahwa nilai-nilai kolektivitas dan gotong royong dalam masyarakat Indonesia sering kali menjadi alternatif bagi individu yang enggan mengambil kredit. Dalam hal ini, bantuan dari keluarga atau tetangga dianggap lebih aman dan tidak membebani secara finansial dibandingkan dengan kredit formal. Namun, pendekatan ini memiliki keterbatasan, terutama dalam hal jumlah dana yang dapat diperoleh dan ketergantungan pada jaringan sosial yang ada. Menurut Sitompul dkk. (2024), untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan kredit, diperlukan upaya-upaya strategis, seperti peningkatan literasi keuangan, penyederhanaan prosedur pengajuan kredit, dan penurunan suku bunga. Selain itu, penting juga untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan melalui transparansi dan edukasi yang lebih baik. Dengan demikian, kredit dapat menjadi alat yang efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Perkembangan industri keuangan di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat, ditandai dengan semakin banyaknya lembaga penyedia kredit yang menawarkan berbagai produk pinjaman kepada masyarakat. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), tingkat inklusi keuangan di Indonesia telah mencapai 85,10%, menunjukkan bahwa akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal semakin terbuka. Namun, tingkat literasi keuangan masyarakat masih tertinggal di angka 49,68%, mencerminkan adanya kesenjangan yang signifikan antara akses keuangan dan pemahaman finansial. Kesenjangan ini memunculkan tantangan serius, terutama dalam konteks pengambilan keputusan kredit. Kurangnya pemahaman mengenai aspek-aspek dasar keuangan, seperti suku bunga, risiko kredit, dan manajemen utang, dapat mengarah pada keputusan keuangan yang kurang bijak, berisiko menyebabkan kredit macet (Non-Performing Loan/NPL) yang dapat mengganggu stabilitas lembaga penyedia kredit. Penelitian sebelumnya mendukung pandangan ini. Lusardi dan Mitchell (2020) menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan dapat menyebabkan individu lebih rentan terhadap pengambilan keputusan finansial yang buruk, termasuk dalam mengelola pinjaman. Selain itu, studi oleh Purwanti dan Sari (2021) yang dilakukan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Individu dengan pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung membuat keputusan kredit yang lebih terencana dan terukur, sehingga meminimalisir risiko gagal bayar.

Penelitian serupa oleh Rahmawati dan Putra (2022) mengungkapkan bahwa kemampuan dalam memahami suku bunga, biaya tersembunyi, dan syarat kredit dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih bijak dalam mengakses pinjaman. Rendahnya literasi keuangan sering kali menjadi penyebab utama ketidakmampuan membayar cicilan tepat waktu, yang pada akhirnya meningkatkan risiko kredit macet di lembaga penyedia kredit. Lembaga penyedia kredit perlu memahami bagaimana tingkat literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan kredit. Dengan meningkatkan literasi keuangan, diharapkan masyarakat dapat membuat keputusan keuangan yang lebih rasional, mengurangi risiko kredit macet, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang sehat di tingkat individu maupun nasional.

Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), tingkat inklusi keuangan nasional mencapai 85,10%, menandakan bahwa semakin banyak masyarakat yang memiliki akses terhadap produk dan layanan keuangan formal, seperti tabungan, asuransi, dan kredit. Peningkatan inklusi keuangan ini didorong oleh kemajuan teknologi digital, yang memudahkan masyarakat mengakses layanan keuangan melalui platform digital, termasuk aplikasi pinjaman online. Namun, meskipun akses terhadap layanan keuangan telah meluas, masih terdapat tantangan signifikan terkait dengan pemanfaatan kredit yang bijak dan terukur. Akses yang mudah, tanpa dibarengi dengan pemahaman yang memadai, dapat memicu perilaku konsumsi berlebihan yang berisiko meningkatkan angka kredit bermasalah (Non-Performing Loan/NPL). Penelitian sebelumnya mengungkapkan adanya pengaruh signifikan antara inklusi keuangan dan keputusan pengambilan kredit. Demirguc-Kunt et al. (2021) dalam studi globalnya menunjukkan bahwa akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan formal dapat mendorong inklusi ekonomi, tetapi juga meningkatkan risiko pengambilan kredit yang tidak terencana jika tidak diimbangi dengan

pemahaman finansial yang baik. Di Indonesia, penelitian oleh Rahmawati dan Sari (2022) menemukan bahwa inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit di kalangan pelaku usaha mikro. Semakin tinggi akses terhadap produk keuangan, semakin besar peluang individu untuk mengambil kredit, meskipun keputusan tersebut tidak selalu didasarkan pada pertimbangan yang matang.

Selain itu, penelitian oleh Putri dan Yuliana (2021) menunjukkan bahwa inklusi keuangan yang didukung oleh kemudahan akses digital mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam mengakses pinjaman, terutama di kalangan generasi muda. Namun, kemudahan ini sering kali tidak disertai dengan pemahaman yang memadai mengenai syarat dan risiko kredit, yang berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan di masa depan. Meskipun inklusi keuangan membuka peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi, tanpa diiringi dengan pemahaman yang memadai mengenai kredit, hal ini dapat meningkatkan risiko kredit macet. Dengan memahami bagaimana inklusi keuangan memengaruhi keputusan pengambilan kredit, lembaga keuangan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meminimalisir risiko tersebut, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Suku bunga merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pengambilan kredit oleh individu maupun pelaku usaha. Sebagai komponen biaya utama dalam pinjaman, suku bunga berfungsi sebagai insentif atau disinsentif bagi konsumen dalam menentukan apakah akan mengajukan kredit. Di Indonesia, perubahan suku bunga acuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia (BI) secara langsung memengaruhi kebijakan kredit pada lembaga keuangan. Berdasarkan laporan dari Bank Indonesia (2023), suku bunga kredit di Indonesia mengalami fluktuasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama dipengaruhi oleh kondisi ekonomi global dan kebijakan moneter domestik. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian yang dapat memengaruhi perilaku pengambilan kredit di masyarakat, baik untuk konsumsi pribadi, investasi, maupun modal usaha. Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan adanya pengaruh signifikan antara suku bunga dan keputusan pengambilan kredit. Penelitian oleh Mishkin dan Eakins (2021) menunjukkan bahwa kenaikan suku bunga menyebabkan penurunan permintaan kredit, karena tingginya biaya pinjaman menurunkan daya tarik kredit bagi konsumen. Di Indonesia, penelitian oleh Rahmawati dan Sari (2022) mengungkapkan bahwa suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit di kalangan pelaku UMKM. Ketika suku bunga meningkat, biaya pengembalian pinjaman menjadi lebih tinggi, sehingga mengurangi minat pelaku usaha kecil untuk mengakses pinjaman. Selain itu, penelitian oleh Putra dan Lestari (2021) menemukan bahwa persepsi masyarakat terhadap fluktuasi suku bunga memengaruhi niat mereka dalam mengambil kredit, terutama di sektor konsumsi. Tingginya suku bunga sering kali dianggap sebagai risiko tambahan yang meningkatkan beban keuangan individu, sehingga memengaruhi keputusan dalam mengakses layanan kredit formal. Memahami pengaruh suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit dapat membantu lembaga keuangan merancang kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen. Dengan mempertimbangkan sensitivitas masyarakat terhadap perubahan suku bunga, lembaga keuangan dapat menawarkan produk pinjaman yang lebih kompetitif dan terjangkau. Hal ini tidak hanya akan mendorong pertumbuhan kredit yang sehat tetapi juga membantu menjaga stabilitas sistem keuangan nasional. Pengambilan keputusan dalam kredit merupakan salah satu aspek krusial dalam industri keuangan, termasuk di dalamnya lembaga pembiayaan seperti Busan Auto Finance di Sumbawa. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan akan layanan pembiayaan kendaraan bermotor di Sumbawa mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan mobilitas masyarakat yang membutuhkan sarana transportasi yang lebih efisien. Namun, meskipun terdapat peningkatan permintaan, proses pengambilan keputusan dalam kredit sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan dan risiko yang dapat memengaruhi hasil akhir. Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pengambilan kredit adalah kualitas informasi yang diterima oleh calon debitur. Informasi yang akurat dan transparan mengenai produk pembiayaan, suku bunga, dan syarat-syarat kredit sangat penting untuk membantu konsumen membuat keputusan yang tepat. Menurut penelitian oleh Wibowo dan Yulianto (2021), kurangnya pemahaman tentang produk keuangan dapat menyebabkan calon debitur membuat keputusan yang tidak menguntungkan bagi mereka. Selain itu, faktor sosial dan psikologis juga berperan dalam pengambilan keputusan. Riset oleh Rahman dan Fitriani (2022) menunjukkan bahwa tekanan dari lingkungan sosial, seperti keluarga dan teman, dapat memengaruhi keputusan individu dalam memilih produk pembiayaan.

Di sisi lain, kebijakan internal dari lembaga pembiayaan juga berkontribusi besar dalam proses pengambilan keputusan kredit. Busan Auto Finance, sebagai lembaga pembiayaan yang beroperasi di Sumbawa, perlu memiliki kebijakan yang jelas dan transparan dalam menetapkan kriteria kelayakan kredit. Hal ini penting untuk mengurangi risiko kredit macet yang dapat merugikan perusahaan. Penelitian oleh Sari dan Junaidi (2023) menekankan bahwa pengelolaan risiko yang baik dalam proses kredit dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pembiayaan. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengambilan kredit di Busan Auto Finance, serta untuk memberikan rekomendasi bagi lembaga dalam meningkatkan proses pengambilan keputusan. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat membantu *Busan Auto Finance* dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk menarik konsumen dan mengurangi risiko dalam pembiayaan kredit.

2. METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, suku bunga, dan inklusi keuangan terhadap pengambilan keputusan kredit. Dalam mencapai tujuan tersebut, pendekatan kuantitatif dipilih sebagai metode penelitian utama. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel-variabel yang terlibat dan menganalisis hubungan di antara mereka secara statistic (Creswell, 2014). Dengan menggunakan data numerik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh dari masing-masing variabel terhadap keputusan pengambilan kredit. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Seakaran dan Bougie (2016), metode ini dipilih karena peneliti ingin mendapatkan responden yang memiliki kriteria tertentu, yaitu individu yang telah melakukan pengambilan kredit di lembaga pembiayaan, khususnya di Busan Auto Finance dalam 1 tahun terakhir. Dengan menggunakan purposive sampling, peneliti dapat memastikan bahwa sampel yang diambil relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Hal ini penting untuk mendapatkan data yang valid dan dapat diandalkan dalam analisis.

Dalam menentukan jumlah populasi, penelitian ini menggunakan rumus Paul Leedy, yang merupakan salah satu metode yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif. Dengan memperhitungkan *margin of error* sebesar 10 persen, peneliti dapat menentukan ukuran sampel yang representatif untuk penelitian ini (Leedy, 2015). Ukuran sampel yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas, sehingga temuan penelitian dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang keuangan. Oleh karena itu, perhitungan perlu dilakukan menggunakan rumus Paul Leedy sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{E^2} \\
 n &= \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{(0,1)^2} \\
 n &= \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01} \\
 n &= \frac{0,9604}{0,01} \\
 n &= 96 \text{ diperluas menjadi } 100
 \end{aligned}$$

Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang merupakan generasi milenial, investor aktif di pasar modal Indonesia, dan berdomisili di Kabupaten Sumbawa. Data dikumpulkan melalui penyebaran survei secara online melalui *Google Forms*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert 1 sampai 4. Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti, seperti literasi keuangan, suku bunga, dan inklusi keuangan. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat pilihan, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), setuju (3), dan sangat setuju (4). Dengan menggunakan skala ini, peneliti dapat menangkap nuansa opini responden secara lebih detail dan mendalam.

Setelah data terkumpul, teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS). SEM-PLS dipilih karena kemampuannya

untuk menangani model yang kompleks dan menguji hubungan antara variabel yang bersifat laten. Dengan menggunakan SEM-PLS, peneliti dapat mengevaluasi seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta menguji keandalan dan validitas instrumen penelitian yang digunakan (Hair dkk., 2019). Dengan metode penelitian yang sistematis ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan kredit. Temuan dari penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi lembaga pembiayaan seperti *Busan Auto Finance*, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik dalam bidang keuangan dan pengambilan keputusan. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan literasi keuangan dan inklusi keuangan di masyarakat, serta memberikan rekomendasi untuk praktik yang lebih baik dalam pengambilan keputusan kredit.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hair (2019) menegaskan bahwa membangun model pengukuran (*outer model*) dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah fase penting yang dimaksudkan untuk memastikan hubungan antara variabel pengukuran (indikator) dan konstruk yang mereka tunjukkan. Outer model menjelaskan hubungan antara indikator-indikator yang diukur dengan komponen-komponen laten yang tidak dapat diukur secara langsung (Henseler dkk., 2015). Dalam desain ini, sangat penting untuk menjamin bahwa setiap indikator relevan dan dapat diandalkan, yang secara tepat mewakili dimensi-dimensi konstruk. Prosedur ini memerlukan penilaian validitas dan reliabilitas indikator, dengan validitas yang mencerminkan sejauh mana indikator secara akurat mengukur konstruk yang diinginkan, dan reliabilitas yang menunjukkan konsistensi indikator dalam memberikan hasil yang stabil. Berikut ini adalah beberapa penilaian dalam model pengukuran:

a. *Convergent Validity*

Hair dkk. (2019) menyatakan bahwa validitas konvergen adalah komponen penting dalam menilai validitas konstruk dalam penelitian. Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana indikator untuk konstruk tertentu terhubung dan menghasilkan hasil yang konsisten. Metode untuk menilai validitas konvergen adalah melalui *Average Variance Extracted* (AVE), yang menunjukkan rasio variasi yang diatribusikan pada konstruk relatif terhadap varians total indikatornya. Sebuah konsep menunjukkan validitas konvergen yang kuat jika nilai AVE-nya melebihi 0,5, yang mengindikasikan bahwa lebih dari 50% variasi indikator dapat dijelaskan oleh konstruk.

Tabel 1 Hasil Uji Nilai AVE

Variabel Konstruk	AVE	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,782	Valid
Suku Bunga (X2)	0,817	Valid
Inklusi Keuangan (X3)	0,815	Valid
Keputusan Pengambilan Kredit (Y)	0,795	Valid

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk konstruk literasi keuangan, suku bunga, inklusi keuangan, dan pengambilan keputusan kredit lebih besar dari 0,5. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa semua variabel konstruk yang terdapat dalam model penelitian ini adalah valid.

b. *Discriminant Validity*

Henseler dkk. (2015) mendefinisikan validitas diskriminan sebagai sejauh mana sebuah konstruk model penelitian berbeda secara signifikan dengan konstruk lainnya. *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) digunakan untuk mengukur validitas diskriminan dengan membandingkan korelasi silang rata-rata antara indikator-indikator dari berbagai konstruk dengan korelasi rata-rata antara indikator-indikator dari konstruk yang sama. Untuk validitas diskriminan yang baik, HTMT harus kurang dari 0,85. Jika nilai HTMT lebih dari 0,85, maka konstruk-konstruk tersebut dapat saling tumpang tindih, sehingga menjadi tidak konvergen. Dengan demikian, HTMT sangat penting untuk memastikan bahwa konstruk penelitian memiliki validitas diskriminan yang cukup untuk menghasilkan hasil penelitian yang dapat diandalkan dan sah. Hasil uji HTMT dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2 Hasil Uji *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

Konstruk Variabel	X1	X2	X3	Y
-------------------	----	----	----	---

Literasi Keuangan (X1)	0,732			
Suku Bunga (X2)	0,471	0,682		
Inklusi Keuangan (X3)	0,516	0,651	0,738	
Keputusan Pengambilan Kredit (Y)	0,389	0,472	0,525	0,637

Sumber: data diolah, 2025

Hasil analisis menunjukkan hubungan antar konstruk yang diukur melalui nilai-nilai yang tertera dalam tabel. Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai 0,752, menandakan bahwa terdapat hubungan yang kuat dengan variabel lainnya. Suku Bunga (X2) menunjukkan nilai 0,682 ketika berhubungan dengan Literasi Keuangan, serta 0,472 terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y), mencerminkan pengaruh yang signifikan namun tidak terlalu tinggi. Inklusi Keuangan (X3) memiliki nilai 0,738 ketika berinteraksi dengan Keputusan Pengambilan Kredit, menunjukkan adanya kontribusi yang positif dalam pengambilan keputusan kredit. Secara keseluruhan, nilai-nilai dalam tabel ini mendukung hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang saling terkait antara literasi keuangan, suku bunga, inklusi keuangan, dan keputusan pengambilan kredit, dengan nilai-nilai yang berada dalam batasan yang memenuhi kriteria HTMT.

c. *Uji Composite Reliability*

Dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan studi Partial Least Squares, reliabilitas komposit dan Cronbach's alpha digunakan untuk mengevaluasi peralatan pengukuran, menurut Hair et al. Reliabilitas komposit menilai konsistensi internal dari indikator-indikator konstruk dan lebih baik daripada *alpha Cronbach* karena tidak terpengaruh oleh jumlah item. Reliabilitas komposit di atas 0,70 adalah baik. *Cronbach's alpha* mengevaluasi konsistensi internal, namun nilai prediksi harus lebih dari 0,70 agar dapat diandalkan. Reliabilitas komposit menangkap lebih banyak variabilitas indikator daripada ukuran reliabilitas lainnya, sehingga lebih disukai dalam PLS SEM. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Konstruk	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan (X1)	0,726	0,770
Suku Bunga (X2)	0,778	0,804
Inklusi Keuangan (X3)	0,734	0,731
Keputusan Pengambilan Kredit (Y)	0,792	0,727

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan pada Tabel 3, yang dapat dilihat di atas, seluruh variabel konstruk menunjukkan nilai *composite reliability* (CR) dan *cronbach's alpha* (α) yang melebihi 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing nilai tersebut telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

Perancangan Model Struktural (*Inner Model*)

Henseler dkk. (2015) menyatakan bahwa analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) mendesain inner model untuk menguji hubungan antara konstruk-konstruk penelitian. Model ini menunjukkan bagaimana konstruk laten mempengaruhi satu sama lain dan bagaimana indikator dapat menilai pengaruh ini. Hubungan yang diusulkan dalam *inner model* harus berbasis teori dan relevan dengan latar penelitian.

a) *Uji R-Square (R²)*

Dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), uji *R-squared* (R^2) mengukur proporsi varians dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Hair dkk., 2019). Ketika nilai R^2 semakin mendekati 1, model menjelaskan lebih banyak variasi (kisaran: 0 hingga 1). Nilai R^2 di atas 0,75 dianggap tinggi, 0,50 hingga 0,75 sedang, dan di bawah 0,50 rendah, menurut kriteria penilaian konvensional. Uji R^2 mengevaluasi kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen dan keampuhannya dalam menjelaskan interaksi antar konstruk dalam penelitian.

Tabel 4 Hasil Uji R-Square

	R-square	Adjusted R-square
Keputusan Pengambilan Kredit (Y)	0,728	0,723

Sumber: data diolah, 2025

Studi yang ditunjukkan pada Tabel 4 menunjukkan nilai R-square sebesar 0,728, atau

72,8%. Hal ini menandakan bahwa literasi keuangan, suku bunga, dan inklusi keuangan menyumbang 72,8% dari dampak pada pengambilan keputusan pinjaman, dengan 27,2% sisanya disebabkan oleh faktor eksternal yang tidak termasuk dalam model.

b) Uji *F-Square* (F^2)

Menurut Hair dkk. (2019), uji *F-squared* (F^2) digunakan untuk mengukur besar pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam model Structural Equation Modeling (SEM). F^2 menghitung seberapa besar perubahan *R-squared* ketika suatu konstruk dihapus dari model. Nilai F^2 dapat dikategorikan sebagai berikut: nilai 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar.

Tabel 5 Hasil Uji F-Square

Variabel Konstruk	F-Square	Kategori
Literasi Keuangan (X1)	0,381	Besar
Suku Bunga (X2)	0,373	Besar
Inklusi Keuangan (X3)	0,382	Besar

Sumber: data diolah, 2025

Data pada Tabel 5 menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan, tingkat suku bunga, dan inklusi keuangan masing-masing sebesar 0,381, 0,373, dan 0,382. Hal ini menandakan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersamaan memberikan dampak yang cukup besar terhadap pengambilan keputusan kredit.

a) Uji *Goodness Of Fit* (GoF)

Uji *Structural Equation Modeling* (SEM) *Goodness of Fit* (GoF) menilai seberapa baik model yang diusulkan sesuai dengan data yang diamati, menurut Hair dkk. (2019). Uji ini menganalisis kualitas model dan penjelasan variasi data. GoF dihitung dengan mengalikan *R-squared* model struktural dengan reliabilitas rata-rata konstruk model pengukuran. Banyak yang menilai GoF kecil (0,10), sedang (0,25), atau besar (0,36). Angka GoF yang tinggi berarti model dapat menjelaskan data, sedangkan nilai yang rendah berarti model harus dimodifikasi. Uji ini memvalidasi model dan menjelaskan hubungan konstruk.

Tabel 6 Nilai Goodness of Fit (GoF)

Variabel Konstruk	Nilai Communality	R-Square
Literasi Keuangan (X1)	0,521	-
Suku Bunga (X2)	0,511	-
Inklusi Keuangan (X3)	0,538	-
Keputusan Pengambilan Kredit (Y)	0,572	0,728

Sumber: data diolah, 2025

Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Hair dkk. (2019) menyatakan bahwa pengujian hipotesis Structural Equation Modeling (SEM) bertujuan untuk memverifikasi hubungan konstruk model. Teknik ini menguji hipotesis nol, yang menyatakan bahwa variabel-variabel tidak memiliki hubungan yang berarti. Pengujian hipotesis standar menggunakan *p-value* untuk menentukan signifikansi. Nilai *p-value* di bawah 0,05 menunjukkan bukti yang cukup untuk menolak hipotesis nol. Koefisien jalur dari analisis juga diperiksa; jika signifikan dan sesuai dengan arah yang diharapkan, maka koefisien tersebut mendukung hipotesis. Uji hipotesis yang dilakukan dengan benar memungkinkan adanya temuan yang kuat tentang hubungan variabel model penelitian.

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Pengaruh	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P-Values
X1 -> Y	0,230	4,886	0,000
X2 -> Y	-0,178	4,920	0,000
X3 -> Y	0,272	4,565	0,000

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ditampilkan dalam Tabel 6 di atas, hasil *Path Coefficients* pada PLS *Bootstrapping* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh nilai t-statistik sebesar 4,886 dengan p-value sebesar 0,000 dan original sample sebesar 0,230 untuk pengaruh variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) diterima, sementara hipotesis nol (H0) ditolak, karena nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, serta nilai original sample menunjukkan hasil positif. Hal ini menjelaskan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.
- b) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh nilai t-statistik sebesar 4,920 dengan p-value sebesar 0,000 dan original sample sebesar -0,178 untuk pengaruh variabel Suku Bunga (X2) terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) diterima, sementara hipotesis nol (H0) ditolak, karena nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, serta nilai original sample menunjukkan hasil positif. Dengan demikian, hal ini menjelaskan bahwa Suku Bunga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.
- c) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh nilai t-statistik sebesar 4,565 dengan p-value sebesar 0,000 dan original sample sebesar 0,272 untuk pengaruh variabel Inklusi Keuangan (X3) terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) diterima, sementara hipotesis nol (H0) ditolak, karena nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, serta nilai original sample menunjukkan hasil positif. Hal ini menjelaskan bahwa Inklusi Keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y)

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada PT *Busan Auto Finance* di Sumbawa. Artinya, semakin tinggi tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai konsep keuangan, seperti manajemen anggaran, pemahaman risiko, suku bunga, dan mekanisme kredit semakin besar kemungkinan mereka untuk membuat keputusan yang lebih rasional dan terinformasi saat mengajukan kredit. Literasi keuangan membantu individu menilai kemampuan finansial mereka, memahami syarat dan ketentuan kredit, serta mengevaluasi risiko yang terkait dengan pinjaman, sehingga mereka lebih cenderung mengambil kredit sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan membayar. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan literasi keuangan di kalangan masyarakat, khususnya di wilayah Sumbawa, dapat meningkatkan keputusan finansial yang bijaksana serta menurunkan risiko kredit macet di PT Busan Auto Finance. Dengan demikian, lembaga keuangan tidak hanya akan melihat peningkatan kualitas pengajuan kredit tetapi juga dapat meminimalkan kerugian akibat kredit bermasalah. Hal ini sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pemahaman individu tentang konsep keuangan, seperti suku bunga, risiko kredit, dan manajemen utang, memengaruhi kemampuan mereka dalam membuat keputusan kredit yang bijak. Menurut Lusardi dan Mitchell (2020), literasi keuangan yang rendah sering kali menyebabkan individu rentan terhadap pengambilan keputusan finansial yang buruk, termasuk dalam hal pengelolaan pinjaman. Mereka yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengevaluasi manfaat dan risiko kredit, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih terencana dan terukur. Studi ini didukung oleh penelitian Purwanti dan Sari (2021) yang dilakukan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengajukan kredit karena mereka memahami implikasi finansial yang mungkin timbul.

Di PT *Busan Auto Finance* di Sumbawa, literasi keuangan menjadi faktor krusial dalam menentukan keputusan pengambilan kredit. Masyarakat Sumbawa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu memanfaatkan produk kredit yang ditawarkan oleh perusahaan secara optimal. Mereka memahami bagaimana menghitung biaya pinjaman, termasuk suku bunga dan biaya administrasi, serta mampu merencanakan pembayaran cicilan dengan baik. Hal ini mengurangi risiko gagal bayar dan meningkatkan kepercayaan diri konsumen dalam mengambil kredit. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan ketidakmampuan dalam mengelola utang, yang berpotensi meningkatkan risiko kredit macet (Non-Performing

Loan/NPL). Penelitian Rahmawati dan Putra (2022) mengungkapkan bahwa kemampuan dalam memahami suku bunga, biaya tersembunyi, dan syarat kredit dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih bijak dalam mengakses pinjaman. Temuan ini relevan dengan kondisi di Sumbawa, di mana pemahaman yang baik tentang produk kredit dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan layanan keuangan formal.

Selain itu, literasi keuangan juga memengaruhi persepsi risiko dan kepercayaan konsumen terhadap lembaga keuangan. Masyarakat yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan seperti PT Busan Auto Finance. Mereka mampu mengevaluasi informasi yang diberikan oleh perusahaan, seperti syarat dan ketentuan kredit, serta memahami risiko yang mungkin timbul. Hal ini sejalan dengan penelitian Suryanto et al. (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan merupakan faktor penting dalam keputusan pengambilan kredit. Dengan meningkatkan literasi keuangan, PT Busan Auto Finance dapat membangun kepercayaan masyarakat dan mendorong partisipasi yang lebih besar dalam pengambilan kredit. Upaya ini tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan penyaluran kredit, tetapi juga bagi masyarakat dalam mengakses sumber pendanaan yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi kunci penting dalam menciptakan ekosistem keuangan yang sehat dan berkelanjutan di Sumbawa.

Pengaruh Suku Bunga (X2) Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y)

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa suku bunga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada PT *Busan Auto Finance* di Sumbawa. Artinya, semakin tinggi suku bunga yang ditetapkan, semakin rendah kecenderungan masyarakat untuk mengajukan kredit. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya beban finansial yang harus ditanggung oleh debitur, baik dalam bentuk bunga bulanan maupun total pembayaran selama masa kredit. Kenaikan suku bunga membuat biaya pinjaman menjadi lebih mahal, sehingga calon debitur cenderung menunda atau bahkan membatalkan keputusan untuk mengambil kredit, terutama bagi individu dengan kondisi finansial yang terbatas. Hal ini didukung oleh teori dan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa suku bunga merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil kredit. Menurut teori interest rate sensitivity yang dikemukakan oleh Mishkin dan Eakins (2021), kenaikan suku bunga cenderung mengurangi minat konsumen untuk mengambil kredit karena biaya pinjaman menjadi lebih tinggi. Hal ini menyebabkan konsumen lebih berhati-hati dalam mengajukan kredit, terutama jika mereka merasa bahwa beban cicilan yang harus dibayar akan memberatkan keuangan mereka. Penelitian ini sejalan dengan temuan Rahmawati dan Sari (2022) yang dilakukan di Indonesia, yang menunjukkan bahwa suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ketika suku bunga meningkat, biaya pengembalian pinjaman menjadi lebih tinggi, sehingga mengurangi minat pelaku usaha kecil untuk mengakses pinjaman. Temuan ini relevan dengan kondisi di Sumbawa, di mana suku bunga yang tinggi dapat menjadi penghalang bagi masyarakat dalam mengambil kredit dari PT Busan Auto Finance.

Di PT Busan Auto Finance di Sumbawa, suku bunga yang tinggi dapat mengurangi minat masyarakat untuk mengambil kredit, terutama bagi mereka yang memiliki pendapatan terbatas. Suku bunga yang tinggi meningkatkan biaya pinjaman, sehingga membuat kredit menjadi kurang terjangkau bagi sebagian besar masyarakat. Hal ini dapat mengurangi partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan layanan kredit yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu, suku bunga yang tinggi juga dapat meningkatkan persepsi risiko bagi konsumen, terutama bagi mereka yang belum memiliki pemahaman yang memadai tentang cara menghitung biaya pinjaman dan mengelola utang. Penelitian oleh Putra dan Lestari (2021) menemukan bahwa persepsi masyarakat terhadap fluktuasi suku bunga memengaruhi niat mereka dalam mengambil kredit, terutama di sektor konsumsi. Tingginya suku bunga sering kali dianggap sebagai risiko tambahan yang meningkatkan beban keuangan individu, sehingga memengaruhi keputusan dalam mengakses layanan kredit formal. Temuan ini menunjukkan bahwa suku bunga yang tinggi tidak hanya mengurangi minat masyarakat untuk mengambil kredit, tetapi juga dapat meningkatkan risiko gagal bayar jika konsumen tidak mampu mengelola utang dengan baik.

Selain itu, suku bunga yang tinggi juga dapat memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan seperti PT Busan Auto Finance. Masyarakat yang merasa bahwa suku bunga

yang ditawarkan terlalu tinggi cenderung enggan untuk mengambil kredit karena khawatir akan terjebak dalam utang yang berkepanjangan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Sari (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan merupakan faktor penting dalam keputusan pengambilan kredit. Dengan menawarkan suku bunga yang kompetitif dan terjangkau, PT Busan Auto Finance dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong partisipasi yang lebih besar dalam pengambilan kredit. Upaya ini tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan penyaluran kredit, tetapi juga bagi masyarakat dalam mengakses sumber pendanaan yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, suku bunga yang tinggi dapat menjadi penghalang bagi keputusan pengambilan kredit, dan upaya untuk menurunkan suku bunga dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat serta mendukung stabilitas keuangan di Sumbawa.

Pengaruh Inklusi Keuangan (X3) Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y)

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa inklusi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada PT Busan Auto Finance di Sumbawa. Artinya, semakin tinggi tingkat akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengajukan kredit. Inklusi keuangan memungkinkan individu memiliki akses yang lebih mudah ke berbagai produk dan layanan keuangan, seperti tabungan, asuransi, dan kredit, yang pada akhirnya mendorong pengambilan keputusan finansial yang lebih terencana dan rasional. Ketika masyarakat memiliki akses yang baik terhadap layanan kredit, mereka lebih mampu memenuhi kebutuhan konsumsi, investasi, atau pembiayaan usaha, sehingga meningkatkan aktivitas ekonomi secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh teori dan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan formal dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam mengambil kredit. Menurut teori inklusi keuangan yang dikemukakan oleh Demirguc-Kunt et al. (2021), inklusi keuangan tidak hanya membuka akses terhadap produk dan layanan keuangan, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memungkinkan individu dan pelaku usaha untuk mengakses sumber pendanaan yang diperlukan. Studi ini sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Sari (2022) yang dilakukan di Indonesia, yang menemukan bahwa inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit di kalangan pelaku usaha mikro. Semakin tinggi akses terhadap produk keuangan, semakin besar peluang individu untuk mengambil kredit, meskipun keputusan tersebut tidak selalu didasarkan pada pertimbangan yang matang. Temuan ini relevan dengan kondisi di Sumbawa, di mana peningkatan inklusi keuangan dapat mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam memanfaatkan layanan kredit yang ditawarkan oleh PT Busan Auto Finance.

Di PT Busan Auto Finance di Sumbawa, inklusi keuangan memainkan peran penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan kredit. Dengan semakin terbukanya akses terhadap layanan keuangan formal, masyarakat Sumbawa memiliki lebih banyak peluang untuk mengakses produk kredit yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini terutama penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang membutuhkan modal untuk mengembangkan bisnis mereka. Inklusi keuangan juga didukung oleh kemajuan teknologi digital, yang memudahkan masyarakat mengakses layanan keuangan melalui platform digital, termasuk aplikasi pinjaman online. Penelitian oleh Putri dan Yuliana (2021) menunjukkan bahwa inklusi keuangan yang didukung oleh kemudahan akses digital mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam mengakses pinjaman, terutama di kalangan generasi muda. Namun, kemudahan ini sering kali tidak disertai dengan pemahaman yang memadai mengenai syarat dan risiko kredit, yang berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan di masa depan. Oleh karena itu, PT Busan Auto Finance perlu memastikan bahwa peningkatan inklusi keuangan diiringi dengan edukasi yang memadai mengenai produk kredit yang ditawarkan.

Selain itu, inklusi keuangan juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan seperti PT Busan Auto Finance. Masyarakat yang memiliki akses yang lebih baik terhadap layanan keuangan formal cenderung lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan. Hal ini sejalan dengan penelitian Suryanto et al. (2019) yang menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap lembaga keuangan merupakan faktor penting dalam keputusan pengambilan kredit. Dengan meningkatkan inklusi keuangan, PT Busan Auto Finance dapat membangun kepercayaan masyarakat dan mendorong partisipasi yang lebih besar dalam

pengambilan kredit. Upaya ini tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan penyaluran kredit, tetapi juga bagi masyarakat dalam mengakses sumber pendanaan yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, inklusi keuangan menjadi kunci penting dalam menciptakan ekosistem keuangan yang sehat dan berkelanjutan di Sumbawa.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tiga faktor utama, yaitu Literasi Keuangan (X1), Suku Bunga (X2), dan Inklusi Keuangan (X3), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y) pada PT Busan Auto Finance di Sumbawa:

1. Literasi Keuangan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu membuat keputusan kredit yang rasional dan terinformasi, karena mereka memahami konsep keuangan seperti suku bunga, risiko kredit, dan manajemen utang. Hal ini sejalan dengan penelitian Lusardi dan Mitchell (2020) serta Purwanti dan Sari (2021), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik meningkatkan kemampuan individu dalam mengevaluasi manfaat dan risiko kredit. Dengan demikian, upaya peningkatan literasi keuangan di Sumbawa dapat mendorong keputusan kredit yang lebih bijaksana dan mengurangi risiko kredit macet.
2. Suku Bunga (X2) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Suku bunga yang tinggi mengurangi minat masyarakat untuk mengambil kredit karena meningkatkan beban finansial yang harus ditanggung. Teori interest rate sensitivity oleh Mishkin dan Eakins (2021) serta penelitian Rahmawati dan Sari (2022) mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa kenaikan suku bunga menurunkan permintaan kredit. Oleh karena itu, PT Busan Auto Finance perlu mempertimbangkan penawaran suku bunga yang kompetitif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan kredit.
3. Inklusi Keuangan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan formal mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam mengambil kredit, terutama bagi pelaku UMKM yang membutuhkan modal. Penelitian Demirguc-Kunt et al. (2021) dan Rahmawati dan Sari (2022) menunjukkan bahwa inklusi keuangan tidak hanya meningkatkan akses ke layanan keuangan tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital, PT Busan Auto Finance dapat memperluas jangkauan layanannya dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan kredit.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Perekonomian Indonesia Kuartal III 2022*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perekonomian Indonesia 2023*. Diakses dari <https://www.bi.go.id>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.)*. Sage Publications.
- Demirgüt-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2021). *The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19*. World Bank Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2015). *Practical research: Planning and design (11th ed.)*. Pearson.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2020). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 58(1), 5-44.
- Mishkin, F. S., & Eakins, S. G. (2021). *Financial Markets and Institutions* (9th ed.). Pearson Education.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. Jakarta: OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2023*. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2023*. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>
- Prabowo, H., Herwiyanti, E., & Pratiwi, U. (2020). Pengaruh literasi keuangan, tingkat suku bunga, kualitas pelayanan dan jaminan terhadap pengambilan kredit perbankan oleh UKM. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan Jayakarta*, 2(1), 34-44.
- Prasetyo, A., & Nugroho, B. (2021). Stigma Sosial terhadap Utang dan Dampaknya pada Keputusan Pengambilan Kredit di Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3), 112-125.
- Purwanti, N., & Sari, D. (2021). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap keputusan pengambilan kredit pada pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(2), 145-160.
- Putra, A. D., & Lestari, E. (2021). Dampak fluktuasi suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit konsumsi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Perbankan*, 10(1), 45-60.
- Putri, A. D., & Yuliana, E. (2021). Dampak inklusi keuangan digital terhadap keputusan pengambilan kredit generasi milenial. *Jurnal Manajemen Keuangan dan Perbankan*, 10(1), 45-60.
- Rahman, A., & Fitriani, M. (2022). Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pengambilan kredit di lembaga pembiayaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jeb.v15i2.4567>
- Rahmania, N. R., & Ningtyas, M. N. (2022). Peran Perilaku Keuangan dalam Memoderasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. *DIMENSI Volumen 11 Nomor*, 3, 477-508.
- Rahmawati, I., & Putra, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan pengambilan kredit di lembaga keuangan non-bank. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 8(1), 30-45.
- Rahmawati, I., & Sari, N. (2022). Pengaruh inklusi keuangan terhadap keputusan pengambilan kredit pada pelaku usaha mikro di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, 70(2), 145-160.
- Rahmawati, I., & Sari, N. (2022). Pengaruh suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit pada pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, 70(2), 145-160.
- Sari, D., & Junaidi, R. (2023). Manajemen risiko dalam pengambilan keputusan kredit di lembaga

- pembiayaan. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(1), 45-60. <https://doi.org/10.5678/jmk.v12i1.7890>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Sitompul, S., Purnama, E. D., & Lumbantobing, R. (2024). Efek Mediasi Pengetahuan Risiko pada Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi pada PT. Wom Finance Cabang Semarang). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 838-842.
- Suryanto, T., Hidayat, R., & Narmaditya, B. S. (2019). Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Lembaga Keuangan dalam Keputusan Pengambilan Kredit. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 78-90.
- Wibowo, A., & Yulianto, B. (2021). Kualitas informasi dan keputusan pengambilan kredit. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 9(3), 201-215. <https://doi.org/10.2345/jkp.v9i3.3210>.
- Widyastuti, T., & Haryanto, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit pada UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 45-60.

Analisis Sistem Pengendalian Internal Persediaan Barang Dagang di UMKM Kepripunyecerite

Angela wulandari¹, Dyandra Sastra Wardani², Felita Jekri³, Isrania⁴, Meilin⁶

Natalie ernantonio⁷

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tanjungpinang-¹wulandari@gmail.com

²dyandrasastra@gmail.com

³felita@gmail.com

⁴isrania@gmail.com

⁵meilin@gmail.com

⁶ernantonio@gmail.com

Abstract— MSMEs are small, micro and medium enterprises. The internal control system for inventory of goods in MSMEs is very important to ensure the availability of goods and meet consumer needs as a form of good service and maintaining the image of the MSMEs they own. Kepripunyecerite UMKM is a business that sells clothes as souvenirs that depict the identity of the Riau Islands Province. This business is located at Raja Haji Fisabilillah Airport on the second floor, precisely before the aircraft passenger departure gate, Penyengar Island, SRI Bintan Pura International Harbor, Dekranasda, Bintan Island. This business has been underway for two years. The problem of this research is what the internal control system is for the inventory of Kepripunyecerite MSME goods. The aim of this research is to determine the internal control system for the inventory of Kepripunyecerite MSME goods. The method used in this research is analysis based on information about social phenomena. Data Collection Techniques The data collection technique for this research is using library study techniques. Data Analysis Techniques The data analysis techniques for this research are: 1. Looking for phenomena 2. Looking for references. 3. Analyze the data. 4. Make conclusions. Based on the research conducted, results were found: 1. Kepripunyecerite MSMEs have an internal control system over inventory. 2. The Kepripunyecerite MSME internal control system brings benefits to MSME owners. 3. There are problems or shortages in inventory, namely capital and inventory.

Keywords: MSMEs, Kepripunyecerite, Internal Control System, Goods Inventory.

1. PENDAHULUAN

Menurut Nuvitasari et al (Nuvitasari et al., 2019) Teknologi informasi dan sistem sumber daya manusia berdampak pada sistem pengendalian internal, yaitu proses yang membantu bisnis dalam mencapai tujuan tertentu. Di sisi lain, menurut Puspasari et al. (2019), pengendalian internal adalah kumpulan kebijakan dan prosedur yang dimaksudkan untuk melindungi aset perusahaan dari segala bentuk penyalahgunaan dan menjamin tersedianya data akuntansi yang akurat. Pengendalian internal didefinisikan oleh Damayanti (2020) sebagai metode dan prosedur organisasi untuk memelihara atau melindungi sumber daya, menghasilkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya, meningkatkan output, dan mendorong kepatuhan terhadap arahan manajemen. Menurut Karim & Novita (2022), pengendalian internal sangat penting bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham perusahaan, dewan direksi, manajemen, dan pihak luar. Organisasi membutuhkan sistem pengendalian internal karena membantu mereka mencapai tujuan kinerja dan profitabilitas mereka dan menjaga terhadap hilangnya sumber daya karena penipuan.

HISTOGRAM PERTUMBUHAN UMKM INDONESIA TAHUN 2019-2023

Sumber: BPS (2024)

Dari data yang sudah disampaikan terlihat pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami penurunan pada tahun 2020. Namun mengalami kenaikan pada tahun 2021 sampai kepada tahun 2023, Dimana merupakan kondisi menuju pasca pandemi yang melanda Indonesia.

Berikut ini kondisi UMKM Indonesia tahun 2023.

Tabel 1.1

Posisi Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM pada Bank Umum (Miliar Rupiah)

UMKM	Posisi Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM pada Bank Umum (Miliar Rupiah)
	2023
UMKM	1.457.132
Lapangan Usaha	1.457.132
Pertanian, Perburuan dan Kehutanan	244.970
Perikanan	17.332
Pertambangan dan Penggalian	8.146
Industri Pengolahan	145.212
Listrik, gas dan air	4.400
Konstruksi	54.476
Perdagangan Besar dan Eceran	686.499
Penyediaan akomodasi dan makan minum	67.097
Transportasi, pergudangan dan komunikasi	52.194
Perantara Keuangan	13.669
Real Estate, Usaha Persewaan, dan Jasa Perusahaan	54.500
Admistrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	238
Jasa Pendidikan	9.391
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	13.922
Jasa Kemasyarakatan, Sosial Budaya, Hiburan dan Perorangan lainnya	81.231
Jasa Perorangan yang Melayani	3.844

Rumah Tangga	
Badan Internasional dan Badan Ekstra Internasional Lainnya	11
Kegiatan yang belum jelas - batasannya	-
Bukan Lapangan Usaha Lainnya	-
Jenis Penggunaan	1.457.132
Modal Kerja	1.053.972
Investasi	403.160
Tidak Teridentifikasi	-
Skala Usaha	1.457.132
Mikro	662.293
Kecil	460.773
Menengah	334.066

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Menurut Lestari & Dewi (2020) Sistem pengendalian internal adalah prosedur yang membantu organisasi mencapai tujuan tertentu dan dipengaruhi oleh teknologi informasi dan sistem sumber daya manusia. Pengendalian internal, di sisi lain, adalah kumpulan aturan dan praktik yang dimaksudkan untuk menjaga sumber daya bisnis dari segala jenis penyalahgunaan dan menjamin ketersediaan data akuntansi yang benar, menurut Puspasari et al. (2019). Damayanti (2020) mendefinisikan pengendalian internal sebagai strategi dan proses organisasi untuk memelihara atau menjaga sumber daya, menghasilkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya, meningkatkan produktivitas, dan mendorong kepatuhan terhadap pedoman manajemen. Pengendalian internal sangat penting bagi sejumlah pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham perusahaan, dewan direksi, manajemen, dan pihak eksternal, Klaim Karim & Novita (2022). Sistem pengendalian internal sangat penting bagi organisasi karena membantu memenuhi target kinerja dan profitabilitasnya serta melindungi dari hilangnya sumber daya terkait penipuan. UMKM kepripunyecerite adalah salah satu usaha yang bergerak menjual pakaian sebagai oleh-oleh pakaian. Tentu kegiatan usaha yang mereka jalankan memerlukan persediaan barang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menawarkan setiap barang yang mereka miliki sebagai bentuk pelayanan yang baik UMKM kepripunyecerite.

2. METODE

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kualitatif. (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021) metode kualitatif ada metode penelitian yang menggunakan analisis berdasarkan informasi fenomena social. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan Teknik studi Pustaka. Teknik analisis data penelitian ini adalah:

1. Mencari fenomena.
2. Mencari referensi.
3. Menganalisis data.
4. Membuat Kesimpulan

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Kepripunyecerite



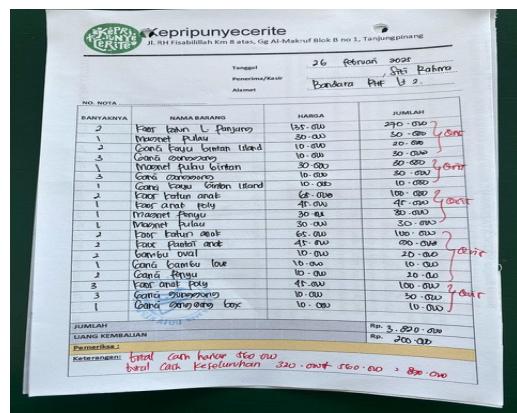
Lokasi Outket Bandara RHF



Lokasi Outlet Pulau Penyengat



Lokasi Outlet Degranasda



Transaksi 26 Januri 2025

UMKM kepripunyecrite adalah salah satu usaha yang bergerak menjual pakaian sebagai oleh-oleh pakaian yang menggambarkan identitas Provinsi Kepulauan Riau. Usaha ini berlokasi di Bandara Raja Haji Fisabilillah bertempat di Lantai dua tepatnya sebelum pintu keberangkatan penumpang pesawat, Pulau Penyengat, Pelabuhan Internasional SRI Bintan Pura, Dekranasda, Pulau Bintan. Usaha ini sudah dilakukan dua tahun.

Sistem Pengendalian Internal Persediaan Barang UMKM Kepripunyecerite

a. Persediaan Barang Dagang UMKM Kepripunyecerite

Persediaan barang UMKM Kepripunyecerite menggunakan pusat akun yakni kasir pintar, yang mengatur seluruh persediaan barang UMKM Kepripunyecerite, sebagai kordinasi terhadap semua cabang UMKM Kepripunyecerite. Kemudian mereka menerapkan *warning* terhadap persediaan yang mereka miliki jika persediaan tidak banyak lagi.

B. Sistem Pengendalian Internal Persediaan UMKM Kepripunyecerite.

1. Surat Jalan

Surat jalan adalah bukti transaksi yang diberikan penjaga cabang UMKM kepada pemilik UMKM, kemudian akan dilakukan audit satu bulan satu kali. Kemudian jika terdapat kecurigaan, maka akan dilakukan pemeriksaan mendadak.

2. Kasir Pintar

Penjualan akan di pantau setiap hari pukul 19.00-20.00 WIB. Kemudian akan dilakukan pembahasan dengan suami setiap bulan dan mengambil keputusan pada tanggal 1-5 untuk menentukan produk yang akan dijual dan produk yang akan dievaluasi.

3. Pemeriksaan Kas dan penyetoran

Kas akan diperiksa dan disesuaikan dengan uang yang disetor.

C. Manfaat Sistem Pengendalian Internal Persediaan Barang UMKM Kepripunyecerite

Manfaat sistem pengendalian internal persediaan barang yang dilakukan adalah pemilik tidak perlu memeriksa secara langsung kegiatan UMKM

D. Kekurangan atau Kendala Sistem Pengendalian Internal Persediaan Barang UMKM Kepripunyecerite

1. Modal

Semakin banyak outlet yang dititip banyak modal yang tertahan serta kesulitan dalam menjual produksi karena produk yang laku setiap cabang berbeda.

2. Stok Barang

Banyak stok barang yang sulit untuk laku karena pengunjung yang tidak ramai.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. UMKM Kepripunyecerite telah memiliki sistem pengendalian internal atas persediaan barang.
2. Sistem pengendalian internal UMKM Kepripunyecerite mendatangkan manfaat bagi pemilik UMKM.
3. Terdapat kendala atau kekurangan persediaan barang yakni modal dan persediaan barang. Berdasarkan pada kesimpulan yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka saran atau rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:
 1. Diharapkan sistem pengendalian internal persediaan barang UMKM Kepripunyecerite terus mengalami peningkatan.
 2. Rencana perluasan usaha diharapkan terlaksana.
 3. Kekurangan atau kendala dapat diminimalisir agar menekan kerugian pada UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, I. (2020). Analisis Sistem Pengendalian Internal Pada Sistem Akuntansi Pemerintah (Studi Kasus Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Semarang). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(1), 95–102. <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1852.95-102>
- Karim, F. K. J., & Novita. (2022). Penerapan Sistem Pengendalian Internal Dengan Coso Integrated Framework. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 195–210. <https://doi.org/10.24252/assets.v12i2.33312>
- Lestari, N. L. W. T., & Dewi, N. N. S. R. T. (2020). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 170–178. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1435.170-178>
- Nuvitasari, A., Citra Y, N., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 341. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21144>
- Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 458–467. <https://doi.org/10.26740/jpap.v8n3.p458-467>
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Sulaeman, A. H. F. I. S. F. R. K. H. M. I. S. (2020). Analisis Lembaga Keuangan Non-Bank Dan Perannya Dalam Perekonomian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 2(1), 142–154.

Strategi Efektif Pengendalian Internal dalam Keamanan Sistem Informasi Akuntansi untuk Perlindungan Data Keuangan

□Andini Kartika Dewi¹, Berliana Kristiananova Sibarani², Edi Saputra³, Norazlina⁴, Sri Susanti⁵, Yunda Syafira⁶, Yarzan munakalla⁷

STIE Pembangunan Tanjungpinang-¹andini@gmail.com

²sibarani@gmail.com

³saputra@gmail.com

⁴norazlina@gmail.com

⁵susanti@gmail.com

⁶syafira@gmail.com

⁷munakalla@gmail.com

Abstrak— Accounting Information Systems (AIS) play a crucial role in managing an organization's financial data. However, challenges such as hacking threats, unauthorized access, and human errors can jeopardize the security and integrity of financial data. Therefore, effective internal control is required to ensure the reliability of financial information. This study aims to analyze effective internal control strategies to enhance AIS security and protect financial data from both external and internal threats. This research employs a qualitative descriptive approach through a literature review of various scientific journals, books, and official publications. The content analysis technique is used to identify patterns and strategies in AIS internal control. The findings indicate that effective internal control strategies include employee training, data encryption, two-factor authentication, periodic system monitoring, and proper system integration. Additionally, routine audits and a culture of compliance within the organization contribute to enhancing financial data security. Strong internal control in AIS can improve the security and reliability of financial information. The implementation of security technologies and employee awareness of data protection are key factors in preventing information breaches. Companies should continuously update internal control policies, enhance technological infrastructure, and conduct regular employee training to improve the effectiveness of accounting information systems in addressing evolving security challenges.

Keywords: Accounting Information System, Internal Control, Data Security, Financial Protection, Effective Strategy.

1. PENDAHULUAN

Sistem Informasi Akuntansi merupakan bagian integral dari organisasi yang berfungsi untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, memproses, menganalisis, dan mengkomunikasikan informasi keuangan yang relevan bagi pengambilan keputusan. Steven A. Moscove mendefinisikan Sistem Informasi Akuntansi sebagai komponen organisasi yang tidak hanya digunakan untuk pencatatan transaksi keuangan tetapi juga untuk mendukung pengambilan keputusan bagi pihak internal dan eksternal, seperti manajemen, pemeriksa pajak, investor, dan kreditur (Fitriani & Hwihanus, 2023). Seiring perkembangan teknologi, sistem ini telah berevolusi dari sistem pembukuan double entry menjadi sistem berbasis komputer yang lebih kompleks dan terintegrasi dalam sistem informasi perusahaan secara keseluruhan.

Perkembangan Sistem Informasi Akuntansi didorong oleh beberapa faktor. Pertama, adanya inovasi dalam sistem dan peralatan pengolahan data yang memungkinkan penyajian laporan tidak hanya dalam bentuk keuangan, tetapi juga laporan akuntansi manajerial serta berbagai informasi non-keuangan yang mendukung pengendalian organisasi. Kedua, meningkatnya kompleksitas operasi perusahaan, terutama dengan berkembangnya perusahaan multinasional dan organisasi maya, membuat kebutuhan akan sistem informasi akuntansi yang andal semakin meningkat. Ketiga, tuntutan terhadap kecepatan pengambilan keputusan semakin tinggi, sehingga diperlukan sistem yang dapat menyediakan informasi dengan cepat dan akurat. Keempat, globalisasi menuntut sistem informasi akuntansi menjadi sarana komunikasi bisnis antar lokasi dan antar negara. Terakhir, sistem informasi akuntansi juga menjadi landasan bagi pengembangan sistem informasi manajemen lainnya, memperkuat kebutuhan akuntan untuk terus beradaptasi dan

meningkatkan kompetensi mereka agar tetap relevan dalam persaingan bisnis (Masnoni dkk, 2024).

Di sisi lain, pengendalian internal dalam sistem informasi akuntansi berperan dalam menjaga keamanan dan keandalan informasi keuangan. Pengendalian internal adalah serangkaian rencana, prosedur, metode, dan kebijakan yang dikembangkan oleh manajemen untuk memastikan efektivitas dan efisiensi operasional, keandalan pelaporan keuangan, serta kepatuhan terhadap kebijakan internal maupun regulasi eksternal (Arifin & Sinambela, 2021). Menurut Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), pengendalian internal adalah proses yang melibatkan dewan komisaris, manajemen, dan personil lainnya dalam memastikan pencapaian tujuan organisasi, yaitu efektivitas dan efisiensi operasi, keandalan pelaporan keuangan, serta kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku (Dewi, 2022).

COSO juga mengidentifikasi lima komponen dalam pengendalian internal. Pertama, lingkungan pengendalian (control environment) yang mencerminkan nilai-nilai integritas dan budaya organisasi dalam mencegah aktivitas tidak etis. Kedua, penaksiran risiko (risk assessment), di mana perusahaan harus mampu mengidentifikasi dan menganalisis faktor risiko yang dapat memengaruhi bisnis serta menentukan strategi untuk mengatasinya. Ketiga, kegiatan pengendalian (control activities), yaitu kebijakan dan prosedur yang dirancang untuk mengurangi kemungkinan kecurangan dan memastikan keamanan sistem informasi akuntansi. Keempat, informasi dan komunikasi (information and communication), yang mencakup penyampaian informasi pengendalian internal kepada seluruh karyawan agar setiap individu memahami peran dan tanggung jawabnya dalam menjaga keamanan data keuangan. Kelima, pemantauan (monitoring), di mana sistem pengendalian internal harus diperiksa secara berkala untuk mengidentifikasi kelemahan serta memastikan efektivitas implementasinya (Saputra & Novita, 2023).

Dalam sistem informasi akuntansi, strategi pengendalian internal berfungsi dalam mencegah risiko kebocoran data dan penyalahgunaan informasi keuangan. Dengan semakin canggihnya teknologi, tantangan yang dihadapi dalam pengamanan sistem informasi juga semakin kompleks, termasuk ancaman peretasan, manipulasi data, dan akses tidak sah oleh pihak yang tidak berwenang (Savitri, 2024). Oleh karena itu, penerapan kebijakan pengamanan berbasis teknologi, seperti enkripsi data, firewall, serta autentikasi berlapis berguna dalam memastikan sistem informasi akuntansi tetap aman dan dapat diandalkan.

Selain aspek teknologi, peran sumber daya manusia juga tidak dapat diabaikan dalam pengendalian internal. Pelatihan bagi karyawan mengenai kesadaran keamanan data dan kepatuhan terhadap prosedur pengendalian internal dibutuhkan dalam mencegah kesalahan manusia yang dapat berakibat fatal pada keamanan informasi keuangan (Mawlidy dkk, 2024). Dengan kombinasi strategi teknis dan pendekatan berbasis sumber daya manusia, organisasi dapat memperkuat sistem informasi akuntansi mereka dan melindungi data keuangan dari ancaman yang berpotensi merugikan.

Dengan demikian, strategi pengendalian internal yang efektif dalam sistem informasi akuntansi merupakan kunci dalam menjaga keamanan data keuangan. Dengan memahami komponen pengendalian internal dan menerapkan teknologi serta kebijakan yang tepat, organisasi dapat memastikan sistem informasi mereka tetap aman, akurat, dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Ke depannya, perkembangan teknologi akan terus mengubah lanskap sistem informasi akuntansi, sehingga organisasi harus terus beradaptasi dan memperbarui strategi pengendalian internal mereka untuk menghadapi tantangan baru dalam pengelolaan informasi keuangan.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk menganalisis peran sistem informasi akuntansi dalam pengendalian internal dan efektivitas manajerial. Fitriani dan Hwihanus (2023) meneliti pengaruh sistem informasi akuntansi dalam penerapan siklus produksi dan pengendalian internal untuk meningkatkan efektivitas kinerja UMKM. Studi ini menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi yang baik dapat meningkatkan pengendalian internal dan efisiensi operasional UMKM. Wahjono (2025) membahas peran sistem informasi dalam pencatatan transaksi keuangan serta dampaknya terhadap efektivitas manajemen perusahaan. Penelitian ini mengungkap bahwa sistem informasi yang andal dapat meningkatkan akurasi pencatatan keuangan dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif bagi manajemen perusahaan. Sementara itu, Aura dan Kamilah (2024) meneliti penerapan sistem informasi akuntansi dalam penggajian di Dinas Kesehatan Kota Medan. Hasil penelitian mereka menegaskan bahwa sistem informasi akuntansi

membantu meningkatkan pengendalian internal, khususnya dalam memastikan transparansi dan akurasi penggajian pegawai.

Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya telah membahas berbagai aspek sistem informasi akuntansi dalam konteks pengendalian internal dan efektivitas organisasi, masih terdapat beberapa kesenjangan yang perlu dikaji lebih lanjut. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada aspek spesifik seperti siklus produksi, pencatatan transaksi, dan penggajian tanpa melihat strategi efektif yang dapat diterapkan dalam pengendalian internal secara lebih menyeluruh. Selain itu, masih diperlukan kajian yang lebih terintegrasi tentang bagaimana pengendalian internal dalam sistem informasi akuntansi dapat meningkatkan perlindungan data keuangan dari risiko kebocoran atau penyalahgunaan. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis strategi efektif pengendalian internal dalam sistem informasi akuntansi guna memperkuat keamanan dan perlindungan data keuangan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi pengendalian internal dalam keamanan sistem informasi akuntansi guna melindungi data keuangan. Metode deskriptif kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami dan menjelaskan fenomena secara mendalam berdasarkan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis (Handoko dkk, 2024).

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku akademik, dan publikasi resmi yang relevan dengan topik penelitian. Data dikumpulkan melalui studi pustaka (literature review) dengan fokus pada konsep sistem informasi akuntansi, pengendalian internal, serta ancaman keamanan yang dapat mempengaruhi perlindungan data keuangan. Jurnal dan buku yang digunakan dipilih berdasarkan kredibilitasnya, seperti jurnal terindeks Scopus, Sinta, atau jurnal nasional yang diakui, serta buku yang diterbitkan oleh akademisi atau lembaga penelitian terkemuka.

Data dikumpulkan melalui telaah pustaka yang melibatkan identifikasi, analisis, dan sintesis informasi dari berbagai sumber ilmiah. Artikel dan buku yang relevan dievaluasi berdasarkan kesesuaian dengan tujuan penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (content analysis), yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola dan hubungan dalam literatur yang telah dikaji.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, di mana data yang diperoleh dikategorikan berdasarkan tema-tema seperti komponen pengendalian internal, strategi keamanan dalam sistem informasi akuntansi, serta faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas perlindungan data keuangan. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang strategi pengendalian internal yang efektif dalam menjaga keamanan sistem informasi akuntansi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Pengendalian Internal

Pengendalian internal berfungsi memastikan kelangsungan dan stabilitas operasional perusahaan. Kelemahan dalam sistem pengendalian internal dapat menyebabkan berbagai kerugian, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang berdampak pada operasional dan keuangan perusahaan. Dalam kasus ekstrem, lemahnya pengendalian internal dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan akibat ketidakmampuan dalam mendeteksi dan mencegah kecurangan serta kesalahan operasional (Nopriyanto, 2025).

Salah satu tujuan pengendalian internal adalah memberikan informasi yang relevan dan dapat diandalkan bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Dengan sistem yang kuat, perusahaan dapat mengenali serta mengelola risiko bisnis yang muncul dari setiap aktivitas operasionalnya. Risiko bisnis tidak hanya terjadi pada perusahaan besar tetapi juga pada usaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, sikap proaktif terhadap risiko dan implementasi strategi pengendalian yang ketat dapat meningkatkan relevansi dan kredibilitas informasi yang dihasilkan.

Selain itu, pengendalian internal yang efektif juga berfungsi untuk mencegah berbagai bentuk kecurangan, seperti manipulasi laporan keuangan, penyalahgunaan aset, dan pencurian informasi. Studi menunjukkan bahwa sebagian besar tindakan fraud dilakukan oleh karyawan, terutama yang berada pada level manajerial. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan sistem pengendalian internal yang ketat guna mengurangi risiko fraud dan memastikan keadilan organisasi.

Faktor yang memengaruhi penerapan pengendalian internal meliputi ukuran perusahaan,

kondisi keuangan, serta kompleksitas bisnis. Perusahaan yang sedang berkembang atau mengalami restrukturisasi biasanya menghadapi tantangan yang lebih besar dalam pengendalian internal. Oleh karena itu, perusahaan harus menyesuaikan penerapan pengendalian internal berdasarkan manfaat dan biaya yang dapat diperoleh (Hamid dkk, 2023).

Sistem pengendalian internal terdiri dari lima komponen, yaitu lingkungan pengendalian, penilaian risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, serta pemantauan. Dengan kelima komponen ini, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih terkendali dan efisien. Meskipun demikian, pengendalian internal memiliki keterbatasan, seperti potensi kesalahan manusia, kolusi antar karyawan, serta biaya yang mungkin lebih tinggi dibandingkan manfaat yang diperoleh. Perusahaan perlu mengevaluasi dan memperbaiki sistem pengendalian internal guna memastikan efektivitasnya.

Keamanan Sistem Informasi Akuntansi

Keamanan sistem informasi akuntansi menjadi berfungsi dalam melindungi data keuangan perusahaan dari ancaman eksternal maupun internal. Dengan berkembangnya teknologi digital, risiko terkait kebocoran data, pencurian informasi, serta manipulasi sistem semakin meningkat (Mubarak & Firdaus, 2024). Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan sistem keamanan yang ketat untuk menjaga integritas serta kerahasiaan data.

Sistem informasi akuntansi memiliki peran dalam pengelolaan data keuangan, termasuk pencatatan transaksi, pengelolaan aset, serta pelaporan keuangan. Jika sistem ini tidak memiliki perlindungan yang memadai, maka perusahaan rentan terhadap berbagai ancaman, seperti peretasan, malware, serta akses tidak sah dari pihak yang tidak berkepentingan (Sumaryanto dkk, 2024).

Beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keamanan sistem informasi akuntansi antara lain penerapan enkripsi data, penggunaan autentikasi ganda, serta pembatasan akses berdasarkan tingkat kewenangan. Enkripsi data bertujuan untuk mengamankan informasi agar tidak dapat dibaca oleh pihak yang tidak berwenang. Autentikasi ganda memastikan bahwa hanya pengguna yang sah yang dapat mengakses sistem. Sementara itu, pembatasan akses memastikan bahwa hanya pihak yang memiliki wewenang tertentu yang dapat mengakses atau memodifikasi data tertentu.

Selain aspek teknis, keamanan sistem informasi akuntansi juga dipengaruhi oleh faktor manusia. Kesadaran serta kepatuhan karyawan dalam mengikuti prosedur keamanan sangat menentukan efektivitas sistem yang diterapkan. Pelatihan secara berkala serta sosialisasi mengenai pentingnya keamanan informasi dapat membantu mengurangi risiko yang timbul akibat kelalaian pengguna (Anggraini, 2025).

Penerapan firewall, perangkat lunak antivirus, serta sistem deteksi intrusi juga merupakan cara dalam mengamankan sistem informasi akuntansi. Firewall berfungsi untuk mencegah akses yang mencurigakan ke dalam sistem perusahaan, sementara antivirus digunakan untuk mendeteksi serta menghapus perangkat lunak berbahaya. Sistem deteksi intrusi memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi serta merespons ancaman secara cepat sebelum terjadi kerusakan yang lebih besar.

Selain itu, perusahaan juga harus menerapkan kebijakan pencadangan data secara berkala. Dengan adanya cadangan data yang aman, perusahaan dapat memulihkan informasi yang hilang akibat serangan siber atau kesalahan teknis. Penyimpanan cadangan data yang terpisah dari sistem juga membantu mengurangi risiko kehilangan data secara permanen.

Dengan menerapkan sistem keamanan informasi yang kuat, perusahaan dapat memastikan bahwa data akuntansi tetap terlindungi dan dapat digunakan secara andal dalam pengambilan keputusan bisnis. Keamanan sistem informasi akuntansi bukan hanya tanggung jawab bagian teknologi informasi, tetapi merupakan tanggung jawab bersama seluruh karyawan dalam perusahaan. Kesadaran akan pentingnya keamanan data serta penerapan prosedur yang tepat akan membantu perusahaan dalam mengurangi risiko yang dapat mengancam keberlangsungan bisnisnya.

Implementasi Strategi Pengendalian Internal yang Efektif

Pengendalian internal yang efektif menjadi aspek fundamental dalam menjaga stabilitas dan integritas suatu organisasi. Strategi pengendalian ini bertujuan untuk meminimalkan risiko kecurangan, meningkatkan transparansi, serta memastikan bahwa seluruh proses bisnis berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku. Dalam implementasinya, pengendalian internal tidak hanya berfokus pada aspek keuangan, tetapi juga mencakup seluruh sistem operasional organisasi agar

dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Salah satu faktor dalam efektivitas pengendalian internal adalah adanya sistem pemantauan yang baik. Pemantauan dilakukan untuk memastikan bahwa setiap kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan dijalankan secara konsisten. Pengawasan ini dapat berbentuk audit internal, evaluasi berkala, maupun sistem pelaporan yang memungkinkan deteksi dini terhadap potensi kecurangan atau penyimpangan (Hakim & Suryatimur, 2022). Dengan adanya pemantauan yang baik, organisasi dapat dengan cepat mengidentifikasi dan menanggapi ancaman terhadap keberlangsungan operasionalnya.

Selain pemantauan, komunikasi yang efektif juga berperan dalam keberhasilan pengendalian internal. Setiap anggota organisasi, mulai dari manajemen hingga karyawan operasional, harus memahami kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan. Sosialisasi secara rutin serta pelatihan terkait pengendalian internal dapat membantu memastikan bahwa setiap individu memiliki pemahaman yang sama terhadap standar yang harus dipatuhi. Komunikasi yang baik juga mencakup adanya mekanisme pelaporan yang memungkinkan karyawan untuk melaporkan pelanggaran atau kecurangan tanpa rasa takut terhadap dampak negatif.

Penilaian risiko diperlukan implementasi pengendalian internal yang efektif. Setiap organisasi memiliki risiko yang berbeda-beda, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Oleh karena itu, manajemen perlu melakukan identifikasi risiko secara komprehensif dan merancang langkah-langkah mitigasi yang sesuai. Risiko yang tidak teridentifikasi dengan baik dapat menjadi celah bagi terjadinya kecurangan atau penyimpangan yang merugikan organisasi (Mufti dkk, 2025). Dengan adanya penilaian risiko yang akurat, perusahaan dapat menerapkan kontrol yang lebih tepat guna dalam mengatasi potensi permasalahan.

Lingkungan pengendalian yang memadai juga menjadi faktor dalam efektivitas strategi pengendalian internal. Lingkungan pengendalian mencerminkan budaya dan nilai-nilai organisasi yang mendukung praktik bisnis yang jujur dan etis. Manajemen memiliki peran besar dalam menciptakan lingkungan yang kondusif dengan menegakkan standar etika dan kepatuhan yang tinggi. Jika budaya organisasi mendukung transparansi dan akuntabilitas, maka upaya pengendalian internal akan lebih mudah diimplementasikan dan diterima oleh seluruh elemen dalam perusahaan.

Penerapan sistem whistleblowing merupakan salah satu strategi efektif dalam meningkatkan efisiensi pengendalian internal. Sistem ini memungkinkan karyawan atau pihak terkait untuk melaporkan adanya dugaan kecurangan atau pelanggaran yang terjadi di dalam organisasi. Keberadaan whistleblowing system yang terpercaya dan dijalankan dengan baik dapat menjadi alat deteksi dini dalam mencegah kerugian yang lebih besar. Organisasi juga harus menjamin perlindungan terhadap pelapor agar tidak ada intimidasi atau tindakan balasan yang dapat menghambat efektivitas sistem tersebut.

Dukungan dari berbagai pemangku kepentingan juga sangat diperlukan dalam memperkuat efektivitas pengendalian internal. Baik pemilik, manajemen, regulator, hingga auditor eksternal memiliki peran masing-masing dalam memastikan sistem pengendalian berjalan dengan baik. Sinergi antara berbagai pihak ini akan membantu menciptakan lingkungan yang lebih kuat dalam mencegah terjadinya penyimpangan. Dengan keterlibatan semua pemangku kepentingan, perusahaan dapat lebih mudah mengidentifikasi kelemahan dalam sistem pengendalian dan melakukan perbaikan yang diperlukan.

Tantangan dalam implementasi pengendalian internal sering kali muncul dari perubahan ekonomi yang cepat, persaingan bisnis yang semakin ketat, serta pergeseran kebutuhan dan preferensi pelanggan. Oleh karena itu, organisasi harus mampu beradaptasi dengan dinamika yang terjadi serta terus melakukan evaluasi terhadap sistem pengendalian yang diterapkan. Pengawasan yang berkelanjutan dan perbaikan secara terus-menerus akan membantu organisasi dalam menjaga efektivitas pengendalian internal di tengah berbagai tantangan yang ada.

Tanggung jawab manajemen dalam membangun sistem pengendalian internal yang efektif sangatlah besar. Manajemen harus memastikan bahwa terdapat kebijakan dan prosedur yang jelas, adanya pemisahan tugas untuk menghindari potensi konflik kepentingan, serta adanya pengawasan periodik terhadap pelaksanaan sistem pengendalian. Selain itu, penerapan teknologi dalam pengendalian internal juga dapat meningkatkan efisiensi sistem yang ada. Sistem berbasis digital seperti software akuntansi dan sistem pelacakan transaksi dapat membantu mengurangi risiko human error dan mempercepat proses pengawasan.

Pengendalian internal yang baik tidak hanya mampu menekan risiko kecurangan, tetapi juga

berdampak pada peningkatan kualitas laporan keuangan serta kepatuhan terhadap regulasi. Laporan keuangan yang andal dibutuhkan bagi pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat. Ketika sistem pengendalian internal berjalan dengan baik, maka risiko kesalahan dalam pelaporan keuangan dapat diminimalkan, sehingga organisasi dapat memperoleh kepercayaan yang lebih besar dari investor, mitra bisnis, dan regulator.

Desain pengendalian internal yang efektif juga harus mempertimbangkan pemisahan fungsi dalam organisasi untuk menghindari potensi kolusi atau penyalahgunaan wewenang. Pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, operasional, dan pengawasan dapat membantu menciptakan sistem kontrol yang lebih ketat. Dengan adanya pemisahan fungsi, peluang bagi individu atau kelompok tertentu untuk melakukan tindakan curang dapat ditekan seminimal mungkin.

Pentingnya komunikasi yang intensif, baik secara internal maupun eksternal, juga harus terus ditekankan dalam implementasi pengendalian internal. Komunikasi yang terbuka dan transparan akan menciptakan lingkungan kerja yang lebih sehat serta membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan. Selain itu, nilai etika yang dijunjung tinggi oleh seluruh elemen organisasi akan semakin memperkuat efektivitas sistem pengendalian yang diterapkan.

Secara keseluruhan, implementasi strategi pengendalian internal yang efektif merupakan langkah dalam menjaga keberlangsungan organisasi. Dengan adanya sistem pengendalian yang baik, risiko kecurangan dapat ditekan, laporan keuangan menjadi lebih andal, dan kepatuhan terhadap regulasi dapat terjamin. Organisasi yang memiliki sistem pengendalian internal yang kuat juga akan lebih siap menghadapi tantangan bisnis di masa depan dan meningkatkan daya saingnya di industri. Oleh karena itu, pengendalian internal harus menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi manajemen risiko dalam suatu perusahaan.

Evaluasi dan Audit Keamanan Sistem Informasi Akuntansi

Evaluasi dan audit keamanan sistem informasi akuntansi (SIA) dapat menjaga keandalan, ketepatan, serta keamanan data yang digunakan dalam pengambilan keputusan organisasi. Pengendalian internal dalam sistem informasi akuntansi tidak hanya berfokus pada nominal transaksi, tetapi juga mencakup seluruh proses, organisasi, dan komponen yang berkontribusi dalam menjaga keamanan aset, validitas data, serta efektivitas operasional. Sistem ini mencakup prosedur, infrastruktur teknologi informasi, perangkat lunak, data, pengendalian internal, serta ukuran keamanan yang dirancang untuk memastikan bahwa informasi akuntansi tetap akurat dan aman dari risiko kecurangan atau kesalahan (Amriana, 2024).

Audit internal berfungsi untuk mengvaluasi keamanan sistem informasi akuntansi. Dengan semakin kompleksnya sistem informasi dalam suatu entitas, manajemen semakin sulit untuk melakukan pengawasan menyeluruh terhadap aktivitas perusahaan (Rachmawati & Ardini, 2023). Oleh karena itu, audit internal hadir sebagai mekanisme yang membantu manajemen dalam memastikan efektivitas pengendalian dan pengawasan sistem akuntansi. Auditor internal bertugas meninjau sistem informasi akuntansi untuk mengidentifikasi kelemahan, mengukur kepatuhan terhadap standar operasional yang telah ditetapkan, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan yang dapat meningkatkan keamanan dan efisiensi sistem.

Salah satu aspek dalam evaluasi sistem informasi akuntansi adalah memastikan bahwa prosedur yang diterapkan telah dijalankan sesuai dengan fungsi, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing pihak dalam organisasi. Setiap prosedur harus diotorisasi dan terdokumentasi dengan baik agar dapat diaudit serta ditelusuri kembali apabila terjadi kesalahan atau pelanggaran. Penyimpanan dokumen dalam sistem komputer yang aman dapat meningkatkan efisiensi dalam pencatatan dan pengolahan data, serta mengurangi risiko kehilangan atau manipulasi data yang dapat berdampak pada keputusan bisnis.

Dalam studi kasus yang terjadi di PT. Dasan Pan Pacific Indonesia, sistem informasi akuntansi diterapkan dengan menggunakan aplikasi Accurate yang membantu dalam pencatatan dan pengelolaan transaksi. Pembuatan laporan keuangan disesuaikan dengan prosedur yang berlaku agar terjadi keseragaman dalam penyajian informasi. Sarana dan prasarana yang tersedia, seperti komputer, mesin fotokopi, dan perangkat lunak yang mendukung, juga berperan dalam menunjang sistem informasi akuntansi yang lebih efektif (Rosalina, 2022). Namun, meskipun sistem telah dirancang untuk mendukung efisiensi, masih ditemukan beberapa kelemahan dalam implementasi pengendalian internal terkait pembelian bahan baku.

Salah satu kelemahan dalam sistem di PT. Dasan Pan Pacific Indonesia adalah tidak dilakukannya permintaan pembelian barang oleh bagian gudang sebagaimana seharusnya.

Sebaliknya, proses ini dilakukan oleh divisi Production Planning Inventory Control (PPIC), yang tidak hanya bertanggung jawab atas pembelian bahan baku, tetapi juga atas pembelian suku cadang mesin dan bahan kimia untuk operasional. Proses pembelian menjadi lebih panjang dan berpotensi menyebabkan keterlambatan, kekurangan, atau kelebihan stok barang. Ketidakefisienan ini berdampak pada kelancaran produksi dan efektivitas penggunaan sumber daya.

Selain itu, dalam perusahaan ini, fungsi penerimaan barang tidak dipisahkan dari fungsi penyimpanan. Barang yang dibeli langsung diterima oleh bagian gudang yang juga berfungsi sebagai penyimpanan barang. Hal ini menimbulkan risiko dalam pencatatan dan pengawasan terhadap jumlah serta kualitas barang yang diterima. Ketika satu pihak memiliki peran ganda dalam proses penerimaan dan penyimpanan barang, peluang kesalahan semakin tinggi, baik dalam bentuk kesalahan pencatatan jumlah maupun kualitas barang yang diterima. Akibatnya, laporan persediaan menjadi kurang akurat dan dapat berdampak pada pengambilan keputusan yang salah.

Dampak dari kelemahan dalam sistem informasi akuntansi ini adalah keterlambatan informasi serta meningkatnya risiko kesalahan manusia (human error). Kesalahan dalam pencatatan atau ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dan barang yang diterima dapat menyebabkan gangguan dalam operasional perusahaan. Jika sistem informasi akuntansi tidak dapat memberikan data yang andal dan tepat waktu, maka perusahaan akan kesulitan dalam mengontrol persediaan dan melakukan perencanaan produksi yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan langkah perbaikan yang dapat meningkatkan efektivitas sistem informasi akuntansi serta memastikan bahwa setiap fungsi dalam organisasi menjalankan tugasnya sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Untuk meningkatkan keamanan dan efektivitas sistem informasi akuntansi, perusahaan perlu menerapkan beberapa langkah strategis. Pertama, perlu dilakukan pemisahan tugas dalam proses pembelian, penerimaan, dan penyimpanan barang untuk menghindari adanya potensi konflik kepentingan serta memastikan keakuratan pencatatan. Kedua, perusahaan dapat meningkatkan sistem pengawasan dengan melakukan audit secara berkala guna mengevaluasi kesesuaian prosedur dengan praktik yang diterapkan di lapangan. Ketiga, pemanfaatan teknologi seperti sistem manajemen inventaris berbasis digital dapat membantu dalam meningkatkan transparansi dan keakuratan data.

Selain itu, perusahaan juga perlu memperkuat kebijakan keamanan data untuk mencegah risiko kebocoran atau manipulasi informasi. Penggunaan sistem enkripsi, kontrol akses berbasis otorisasi, serta pencatatan aktivitas pengguna dalam sistem dapat membantu dalam menjaga keamanan data perusahaan (Pardosi dkk, 2024). Dengan menerapkan langkah-langkah ini, perusahaan dapat memastikan bahwa sistem informasi akuntansi yang digunakan tetap andal dan dapat diandalkan dalam mendukung proses bisnis.

Evaluasi dan audit keamanan sistem informasi akuntansi tidak hanya bertujuan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar operasional, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas informasi yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Dengan adanya sistem informasi akuntansi yang andal, perusahaan dapat mengoptimalkan efisiensi operasional, mengurangi risiko kesalahan atau kecurangan, serta meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap laporan keuangan yang disajikan.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks, sistem informasi akuntansi yang tidak hanya akurat tetapi juga aman menjadi kebutuhan bagi setiap organisasi. Audit dan evaluasi yang dilakukan secara berkala menjadi alat yang efektif dalam memastikan bahwa sistem informasi yang digunakan tetap relevan dan mampu menjawab tantangan bisnis yang terus berkembang. Oleh karena itu, investasi dalam keamanan dan efektivitas sistem informasi akuntansi merupakan langkah strategis yang harus diambil oleh setiap perusahaan guna memastikan kelangsungan dan pertumbuhan bisnis di masa depan.

Tantangan dan Rekomendasi

Implementasi sistem informasi akuntansi (SIA) dalam suatu organisasi bukanlah hal yang mudah. Meskipun sistem ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akurasi dalam pencatatan keuangan, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan dalam penerapannya. Tantangan ini mencakup aspek teknis, manajerial, hingga sumber daya manusia. Jika tidak ditangani dengan baik, tantangan tersebut dapat menghambat efektivitas sistem dan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya rekomendasi strategis yang dapat membantu perusahaan mengatasi kendala-kendala yang muncul dalam

implementasi SIA. Tantangan dalam implementasi sistem informasi akuntansi adalah sebagai berikut:

Kurangnya Pemahaman dan Kompetensi Pengguna

Salah satu tantangan dalam implementasi SIA adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan pengguna terhadap sistem yang digunakan. Banyak karyawan yang masih terbiasa dengan pencatatan manual dan mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan sistem berbasis digital. Akibatnya, mereka cenderung melakukan kesalahan dalam pencatatan atau bahkan menolak menggunakan sistem secara penuh.

1. Resistensi terhadap Perubahan

Perubahan dari sistem manual ke sistem berbasis teknologi sering kali menghadapi resistensi dari karyawan atau manajemen. Hal ini terjadi karena adanya kekhawatiran bahwa sistem baru akan mengubah alur kerja yang telah mereka jalankan selama bertahun-tahun. Selain itu, ada juga ketakutan bahwa otomatisasi akan mengurangi kebutuhan tenaga kerja, sehingga beberapa individu merasa terancam dengan penerapan sistem baru.

2. Keamanan Data yang Rentan

Dalam era digital, keamanan data menjadi tantangan besar dalam implementasi SIA. Ancaman seperti peretasan, kebocoran informasi, dan akses tidak sah dapat membahayakan integritas serta kerahasiaan data perusahaan. Jika sistem tidak dilengkapi dengan langkah-langkah keamanan yang memadai, maka risiko kehilangan atau penyalahgunaan data menjadi lebih tinggi.

3. Integrasi dengan Sistem Lain

Banyak perusahaan yang telah memiliki sistem yang berbeda untuk mengelola berbagai aspek bisnis mereka, seperti sistem manajemen persediaan, sistem penggajian, atau sistem manajemen pelanggan (CRM). Tantangan yang sering muncul adalah bagaimana mengintegrasikan SIA dengan sistem-sistem tersebut agar dapat bekerja secara selaras tanpa menimbulkan ketidaksesuaian data atau duplikasi informasi.

4. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Beberapa perusahaan, terutama yang berskala kecil hingga menengah, masih menghadapi keterbatasan infrastruktur teknologi yang diperlukan untuk mendukung implementasi SIA. Keterbatasan ini bisa berupa perangkat keras yang kurang memadai, jaringan internet yang tidak stabil, atau kurangnya dukungan perangkat lunak yang kompatibel dengan kebutuhan perusahaan.

5. Kurangnya Pengawasan dan Evaluasi Berkala

Implementasi SIA membutuhkan pengawasan yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa sistem berjalan dengan optimal. Namun, sering kali perusahaan kurang memperhatikan evaluasi berkala terhadap sistem yang digunakan. Akibatnya, ketika terjadi masalah atau ketidaksesuaian, perbaikannya menjadi lebih sulit karena tidak adanya deteksi dini terhadap potensi risiko yang muncul.

Rekomendasi untuk mengatasi tantangan implementasi SIA adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi Karyawan

Untuk mengatasi tantangan kurangnya pemahaman pengguna, perusahaan perlu mengadakan pelatihan secara berkala bagi karyawan yang menggunakan sistem. Pelatihan ini harus mencakup pemahaman dasar tentang sistem informasi akuntansi, cara menggunakan dengan benar, serta bagaimana mengatasi kendala yang mungkin terjadi. Dengan demikian, karyawan akan lebih siap dan percaya diri dalam mengoperasikan sistem.

2. Membangun Budaya Inovasi dan Adaptasi

Agar resistensi terhadap perubahan dapat dikurangi, perusahaan perlu menciptakan budaya yang mendukung inovasi dan adaptasi terhadap teknologi. Manajemen dapat memberikan pemahaman kepada karyawan tentang manfaat sistem baru dan bagaimana penerapan SIA dapat meningkatkan efisiensi kerja tanpa mengancam posisi mereka.

3. Meningkatkan Keamanan Data

Untuk mengatasi tantangan keamanan data, perusahaan perlu mengadopsi langkah-langkah keamanan yang ketat, seperti penggunaan enkripsi data, pengaturan akses berbasis otorisasi, serta penerapan sistem pencadangan data (backup) secara berkala.

Selain itu, perusahaan juga dapat menggunakan firewall dan perangkat lunak keamanan lainnya untuk melindungi sistem dari serangan siber.

4. Memastikan Integrasi yang Efektif dengan Sistem Lain

Agar SIA dapat bekerja secara efektif dengan sistem lain yang sudah ada, perusahaan harus memastikan bahwa perangkat lunak yang digunakan dapat diintegrasikan dengan mudah. Penggunaan teknologi berbasis cloud dan API (Application Programming Interface) dapat menjadi solusi dalam menghubungkan berbagai sistem yang berbeda agar dapat berkomunikasi secara efektif.

5. Meningkatkan Infrastruktur Teknologi

Untuk mengatasi keterbatasan infrastruktur, perusahaan perlu melakukan investasi dalam perangkat keras dan perangkat lunak yang sesuai dengan kebutuhan operasional. Selain itu, memastikan ketersediaan jaringan internet yang stabil juga berfungsi agar sistem dapat berjalan tanpa gangguan. Jika perusahaan memiliki keterbatasan anggaran, mereka dapat memanfaatkan layanan berbasis cloud yang lebih fleksibel dan efisien dari segi biaya.

6. Melakukan Audit dan Evaluasi Sistem Secara Berkala

Pengawasan dan evaluasi berkala terhadap SIA diperlukan untuk memastikan bahwa sistem tetap berjalan dengan optimal. Perusahaan perlu memiliki tim audit internal atau pihak eksternal yang secara rutin mengevaluasi kinerja sistem dan mengidentifikasi potensi perbaikan. Dengan demikian, permasalahan yang muncul dapat segera ditangani sebelum berdampak besar terhadap operasional perusahaan.

Pembahasan

Implementasi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dalam suatu organisasi merupakan cara meningkatkan efisiensi dan akurasi pencatatan keuangan. Namun, dalam praktiknya, penerapan SIA tidak selalu berjalan mulus dan menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan adalah kurangnya pemahaman dan kompetensi pengguna. Banyak karyawan yang masih terbiasa dengan pencatatan manual sehingga sulit beradaptasi dengan sistem berbasis digital (Susiana & Ilham, 2024). Kesalahan dalam pencatatan dan kurangnya pemanfaatan fitur yang tersedia sering kali terjadi akibat kurangnya pelatihan yang memadai. Selain itu, resistensi terhadap perubahan juga menjadi hambatan signifikan. Karyawan dan manajemen yang telah terbiasa dengan sistem lama sering kali merasa enggan untuk beralih ke sistem baru karena khawatir akan mempengaruhi alur kerja mereka.

Keamanan data yang rentan menjadi tantangan berikutnya dalam implementasi SIA. Dalam era digital, ancaman peretasan, pencurian data, dan akses tidak sah semakin meningkat. Tanpa langkah keamanan yang memadai, data keuangan perusahaan dapat berisiko disalahgunakan atau dihapus oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, integrasi dengan sistem lain juga menjadi kendala, terutama bagi perusahaan yang telah memiliki berbagai sistem terpisah, seperti sistem manajemen persediaan dan sistem penggajian. Ketidakseimbangan atau ketidaksesuaian dalam integrasi dapat menyebabkan inkonsistensi data yang berpotensi merugikan perusahaan.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan infrastruktur teknologi, terutama bagi usaha kecil dan menengah yang memiliki sumber daya terbatas. Tidak semua perusahaan memiliki perangkat keras dan perangkat lunak yang memadai untuk mendukung implementasi SIA secara optimal. Koneksi internet yang tidak stabil juga dapat menjadi penghambat dalam menjalankan sistem berbasis cloud. Selain itu, kurangnya pengawasan dan evaluasi berkala terhadap sistem juga berkontribusi terhadap ketidakefektifan SIA. Tanpa pemantauan yang konsisten, kesalahan atau kelemahan dalam sistem sering kali tidak terdeteksi hingga menyebabkan dampak yang lebih besar.

Untuk mengatasi berbagai tantangan ini, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Pertama, pelatihan dan pengembangan kompetensi karyawan perlu dilakukan secara berkala agar pengguna SIA memiliki pemahaman yang baik terhadap sistem yang digunakan. Pelatihan ini harus mencakup pemanfaatan fitur-fitur serta cara mengatasi kendala yang mungkin muncul dalam operasional sehari-hari. Kedua, membangun budaya inovasi dan adaptasi di lingkungan perusahaan berfungsi untuk mengurangi resistensi terhadap perubahan (Vincent, 2025). Manajemen dapat memberikan pemahaman kepada karyawan mengenai manfaat implementasi SIA serta menjelaskan bahwa sistem ini bukan ancaman terhadap pekerjaan mereka, melainkan alat yang dapat meningkatkan produktivitas.

Dari segi keamanan, peningkatan perlindungan data harus menjadi prioritas. Perusahaan dapat

Halaman 146

mengadopsi teknologi enkripsi, otorisasi berbasis akses, serta sistem pencadangan data secara berkala untuk mencegah kehilangan informasi akibat serangan siber. Selanjutnya, memastikan integrasi yang efektif dengan sistem lain juga perlu dilakukan agar SIA dapat berjalan dengan optimal tanpa mengganggu operasional perusahaan. Penggunaan teknologi berbasis cloud dan API dapat membantu menghubungkan berbagai sistem yang ada secara lebih efisien.

Peningkatan infrastruktur teknologi juga harus menjadi perhatian, terutama bagi perusahaan yang masih memiliki keterbatasan sumber daya. Investasi dalam perangkat keras yang memadai dan penyediaan jaringan internet yang stabil akan membantu memastikan bahwa SIA dapat berfungsi dengan baik. Jika anggaran terbatas, perusahaan dapat memanfaatkan layanan berbasis cloud yang lebih fleksibel dan hemat biaya. Terakhir, melakukan audit dan evaluasi sistem secara berkala memastikan bahwa SIA tetap berjalan dengan optimal dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dengan adanya audit yang rutin, potensi masalah dapat segera terdeteksi dan ditangani sebelum berkembang menjadi ancaman yang lebih besar.

Secara keseluruhan, implementasi SIA memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan. Dengan menerapkan strategi yang tepat, seperti pelatihan karyawan, peningkatan keamanan data, serta integrasi sistem yang efektif, perusahaan dapat meminimalkan hambatan dalam penerapan SIA. Evaluasi yang berkelanjutan juga diperlukan agar sistem dapat terus berkembang dan disesuaikan dengan perubahan kebutuhan bisnis. Jika tantangan-tantangan ini dapat diatasi dengan baik, maka SIA akan menjadi alat yang sangat berharga dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akurasi informasi keuangan perusahaan.

4. KESIMPULAN

Pengendalian internal dan keamanan sistem informasi akuntansi berperan dalam menjaga stabilitas, transparansi, dan integritas operasional suatu perusahaan. Sistem pengendalian internal yang efektif dapat mengurangi risiko kecurangan, meningkatkan akurasi laporan keuangan, serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Selain itu, keamanan sistem informasi akuntansi dibutuhkan dalam menghadapi ancaman digital yang semakin kompleks, seperti peretasan dan kebocoran data. Implementasi strategi pengendalian internal yang kuat, pemantauan berkelanjutan, serta penerapan teknologi yang tepat dapat membantu perusahaan dalam mengelola risiko dan meningkatkan efisiensi operasional secara menyeluruh.

Perusahaan perlu terus mengembangkan serta memperbarui sistem pengendalian internal dan keamanan informasi untuk mengantisipasi berbagai risiko yang muncul. Pelatihan bagi karyawan tentang pentingnya kepatuhan terhadap prosedur pengendalian dan keamanan data harus dilakukan secara berkala guna meningkatkan kesadaran serta kompetensi mereka. Selain itu, penerapan teknologi terbaru seperti enkripsi data, autentikasi ganda, dan sistem deteksi intrusi harus diperkuat guna menjaga integritas informasi keuangan. Audit serta evaluasi sistem secara berkala juga diperlukan untuk mengidentifikasi kelemahan dan melakukan perbaikan agar sistem tetap efektif dalam menghadapi tantangan bisnis yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aura, I., & Kamilah, K. (2024). Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Pengajian Dalam Meningkatkan Pengendalian Internal Pada Dinas Kesehatan Kota Medan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1452-1458.
- Arifin, S., & Sinambela, E. A. (2021). Studi Tentang Kinerja Karyawan ditinjau dari Keberadaan Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal. *Realible Accounting Journal*, 1(1), 58-70.
- Anggraini, F. N., Amianda, D., & Waty, E. N. (2025). IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DI SAMSAT RUMBAI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(2), 2622-2638.
- Amriana, A. (2024). Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi dalam Mendukung Pengendalian Internal Pemberian KPR di BTN Syariah KCP Parepare (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Dewy, S. A. F. N. A. (2022). Evaluasi Sistem Pengendalian Internal Penerimaan Kas Dan Pengeluaran Kas Pada Badan Usahamilik Desa (Bumdes) Bima Jaya Desa Geringging Jaya Kabupaten Kuantan Singgingi. *Juhanperak*, 3, 1434-1450.

- Fitriani, D., & Hwihanus, H. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dalam Penerapan Siklus Produksi dan Pengendalian Internal Untuk Meningkatkan Efektivitas Kinerja UMKM. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 26-38.
- Handoko, Y., Wijaya, H. A., & Lestari, A. (2024). Metode Penelitian Kualitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Administrasi Pendidikan. PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Hamid, R. S., Utami, B., Wijayanti, T. C., Herawati, B. C., Permana, D., Siswanto, A., ... & Hidayat, A. C. (2023). *MANAJEMEN STRATEGIS: Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Hakim, L. N., & Suryatimur, K. P. (2022). Efektivitas Peran Audit Internal Dalam Pencegahan Fraud. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 523-532.
- Masnoni, M., Judijanto, L., Moi, M. O., Amyulianthy, R., Asmara, R. Y., Abdullah, S., ... & Febrianto, R. (2024). *Teori Akuntansi: Teori Komprehensif dan Perkembangannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mawlidy, E. R., Dio, R., & Lorensa, L. (2024). Kemampuan Artificial Intelligence terhadap Pendekripsi Fraud: Studi Literatur. *Akurasi: Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 89-104.
- Mubarak, T. Z., & Firdaus, R. (2024). Peran Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengaplikasian Enkripsi Terhadap Peningkatan Keamanan Perusahaan. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(9), 5910-5917.
- Mufti, R., Fatwa, N., Sobari, N., & Rini, N. (2025). *Manajemen Risiko Perusahaan Pembiayaan Syariah di Indonesia*. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(1), 111-126.
- Nopriyanto, A. (2025). Peran Audit Internal Dalam Meningkatkan Akuntabilitas Dan Transparansi Keuangan Perusahaan Publik. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 1-11.
- Pardosi, V. B. A., Deta, B., Nugroho, F., & Vandika, A. Y. (2024). *Sistem Keamanan Informasi*.
- Rachmawati, D. W., & Ardini, L. (2023). Analisis Atas Penerapan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Proses Pengeluaran Kas. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(11).
- Rosalina, A. (2022). *EVALUASI SISTEM PENGENDALIAN INTERN TERHADAP SIKLUS PEMBELIAN BAHAN BAKU (STUDY KASUS PADA PT DASAN PAN PACIFIC INDONESIA)* (Doctoral dissertation, Universitas Djuanda Bogor).
- Saputra, M. A., & Novita, N. (2023). Sistem Pengendalian Internal Berdasarkan Coso Framework Pada Perusahaan Konstruksi. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 6(1), 197-210.
- Savitri, P. (2024). Transformasi digital dalam industri perbankan: Implikasi terhadap akuntansi dan teknologi informasi. Penerbit NEM.
- Sumaryanto, S., Purwati, P., & Prihatmoko, S. (2024). Analisa Perancangan Sistem Informasi Akuntansi dalam pengelolaan Laporan Keuangan pada Perusahaan. *Bridge: Jurnal publikasi Sistem Informasi dan Telekomunikasi*, 2(4), 375-390.
- Susiana, D., Se, M., Se, M. W. A., & Ilham, M. H. S. M. (2024). Meningkatkan Kinerja Keuangan dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen. Cv. Azka Pustaka.
- Vincent, T. (2025). Analisis Kebutuhan Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Di CV Bangun Citra Kaji. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(1), 403-411.
- Wahjono, W. (2025). Pandangan Terhadap Peranan Sistem Informasi Dalam Pencatatan Transaksi Keuangan Serta Dampaknya Terhadap Efektivitas Manajemen Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 20(2), 71-79.

Tinjauan Literatur Perhitungan Laju Erosi untuk Mengukur Nilai Ekonomi Ekologi Menggunakan Metode *Usle*

Dian Mardiatyi Sari^{1*}, Desi Ade Trya²

Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional-¹diankicky@stpn.ac.id

²desi_ade_trya@stpn.ac.id

Abstrack- Metode USLE (*Universal Soil Loss Equation*) adalah pendekatan yang sering digunakan untuk menghitung laju erosi tanah. Dalam konteks pengukuran nilai ekonomi ekologi, metode ini membantu mengidentifikasi dampak erosi terhadap produktivitas lahan dan ekosistem. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa erosi tanah dapat menyebabkan hilangnya unsur hara penting, yang pada akhirnya memengaruhi nilai ekonomi lahan. Penerapan metode USLE memberikan banyak manfaat, terutama dalam konteks pengelolaan sumber daya alam dan konservasi tanah. Metode USLE menjadi alat yang penting bagi para ahli lingkungan, perencana tata ruang, dan pembuat kebijakan untuk memastikan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Metode, USLE, Nilai Ekonomi

1. PENDAHULUAN

Daerah Aliran Sungai (DAS) adalah suatu wilayah daratan yang terdiri dari sungai dan anak-anak sungainya yang secara alami menampung, menyimpan, dan mengalirkan air yang berasal dari curah hujan ke danau atau ke laut. DAS juga bertanggung jawab atas nilai ekonomi, transportasi, keanekaragaman hayati, dan atraksi wisata. Saat ini, sebagian besar DAS di Indonesia mengalami kerusakan hutan dan lahan akibat penebangan kayu dan pertambangan emas di wilayah hulu sungai. Dengan demikian, cadangan air dan kualitas air yang berkait erat dengan kecepatan erosi. Karakteristik hujan, kemiringan lereng, dan tanaman penutup lahan adalah penyebab alami erosi. Pengundulan hutan, pertambangan, perkebunan, dan perladangan adalah faktor utama penyebab erosi yang disebabkan oleh aktivitas manusia (Asdak, 2010). Karena pemiskinan unsur hara di lahan oleh berbagai kegiatan yang tidak tepat, termasuk pengundulan hutan, fungsi lahan berkurang. Erosi di sekitar Sub DAS dapat terjadi. Daerah Aliran Sungai (DAS) yang rusak adalah wilayah tangkapan air yang fungsi ekologisnya terganggu akibat aktivitas manusia atau proses alam. Menurut (Lesmana et al., 2020) berpendapat bahwa erosi merupakan tiga proses yang berurutan, yaitu pelepasan, pengangkutan, dan pengendapan bahan-bahan tanah oleh erosi, sedangkan (Arsyad, 2010) memberikan batasan erosi sebagai peristiwa berpindahnya atau terangkatnya tanah dari suatu tempat ke tempat lain oleh suatu media alami air atau angin. Erosi oleh air adalah akibat dari daya dispersi (pemecahan) dan daya transportasi (pengangkutan) oleh aliran air di atas permukaan tanah dalam bentuk aliran permukaan. Faktor iklim yang sangat berpengaruh terhadap erosi yaitu intensitas curah hujan. Kecuraman dan panjang lereng merupakan faktor topografi yang berpengaruh terhadap terjadinya erosi tanah. Luas kemiringan lereng, luas lahan kritis, luas tanah berkedalaman rendah sangat berpengaruh terhadap terjadinya erosi dan sedimentasi. Untuk mengantisipasi terjadinya erosi lahan yaitu dengan melakukan konservasi lahan yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas lahan guna mendukung pertumbuhan tanaman dan menurunkan atau menghilangkan dampak negatif pengelolaan lahan seperti erosi, sedimentasi dan banjir. Upaya yang dilakukan yaitu mempertahankan keberadaan vegetasi penutup tanah adalah cara yang lebih efektif, ekonomis untuk mencegah erosi dan meluasnya erosi permukaan. Menanam kembali dan merehabilitas kembali lahan lahan yang kritis (Alie, 2015).

2.METODE

Metode penelitian tinjauan literatur adalah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis dan mensintesis informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian tertentu. Metode ini bertujuan untuk memahami, membandingkan, atau mengevaluasi pengetahuan yang sudah ada, sehingga dapat memberikan gambaran mendalam tentang subjek yang diteliti. Metode penelitian tinjauan literatur adalah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis dan mensintesis informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian tertentu. Metode ini bertujuan untuk memahami, membandingkan, atau mengevaluasi pengetahuan yang sudah ada, sehingga dapat memberikan gambaran mendalam tentang subjek yang diteliti.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Hujan (R)

Persamaan USLE menetapkan bahwa nilai R yang merupakan daya perusak hujan (erosivitas hujan) tahunan. Faktor erosivitas hujan merupakan hasil perkalian antara energi kinetik (E) dari satu kejadian hujan dengan intensitas hujan maksimum 30 menit (I_{30}). Jumlah dari seluruh hujan dengan spesifikasi tersebut di atas selama satu tahun merupakan erosivitas hujan tahunan. Cara menentukan besarnya indeks erosivitas hujan yang lain adalah seperti yang dikemukakan oleh Lenvain (DHV, 1989) sebagai berikut :

$$R = 2.21 P 1.36$$

dengan :

R : indeks erosivitas

Contoh kasus jika diperoleh data bahwa curah hujan terbesar terjadi pada bulan November dengan nilai curah hujan sebesar > 300 mm. Berdasarkan hasil tersebut maka sesuai dengan periode terjadinya hujan yaitu pada bulan November – Maret dan data terendah diperoleh pada bulan Juni dengan nilai < 150 mm sesuai dengan periode terjadinya musim kemarau. Menurut Anthony (2001), menyatakan bahwa curah hujan sangat berpengaruh terhadap erosi yang terjadi. Semakin besar nilai curah hujan maka akan berakibat terjadinya erosi yang cukup besar. Begitupun sebaliknya semakin kecil curah hujan maka akan mengakibatkan erosi yang kecil pula. Air hujan memiliki berat sekitar 800 kali lebih berat dibandingkan udara, setengah hingga sepertiga berat batuan dan sama berat dengan lapisan atas tanah yang terlepas. Ketika mengalir, air itu dapat memindahkan massa tanah sehingga partikel tanah dapat lepas dengan mudah dan momen hujan paling merusak adalah ketika suatu tetesan air memukul tanah. Penentuan nilai erosivitas hujan menggunakan data curah hujan tahunan rata-rata yang diperoleh dari BMKG. Hasil perhitungan menunjukkan rata-rata erosivitas dalam kurun waktu 10 tahun sebesar 1512,12 cm. Tinggi rendahnya nilai erosivitas memberikan dampak terhadap permukaan tanah. Air hujan yang jatuh ke permukaan tanah menyebabkan terlepasnya partikel- partikel tanah karena hujan memberikan tumbukan dan tekanan terhadap tanah saat jatuh. Nilai erosivitas dipengaruhi oleh tingkat curah hujan dan lamanya hujan yang menimbulkan dampak terhadap tanah sehingga memicu erosi (Kartika, 2016).

Erodibilitas Tanah (K)

Jika diketahui Jenis tanah yang terdapat pada sekitar Sub DAS yaitu *Humic Eutrudepts*, *Oxic Dystrudepts*, *Typic Dytstrudepts*, *Typic Eutrudepts*, *Typic Haplohumults*, *Typic Hapludults*, *Typic Kandiudox*, *Typic Kandiudults*, *Typic Hudifluvents*. Jika diketahui bahwa jenis tanah di sekitar Sub DAS didominasi jenis tanah *Typic Dystrudepts* memiliki luas sebaran sebesar 40541,72 ha (48,90%), sedangkan jenis tanah yang paling kecil yaitu *Typic Kandiudults* memiliki luas 184,12 (0,22%) ha dimana jenis tanah *Typic Dystrudepts* terdapat lebih banyak 184,12 (0,22%) ha dimana jenis tanah *Typic Dystrudepts* terdapat lebih banyak pada daerah hulu sungai Sub disebut erodibilitas tanah. Semakin tinggi nilai erodibilitas maka tanah semakin rentan terhadap erosi sebaliknya semakin rendah nilai erodibilitas tanah semakin tahan terhadap erosi

Terjadinya erosi dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya faktor nya adalah ketahanan tanah terhadap energi kinetik air hujan. Tinggi rendahnya nilai erodibilitas memberikan pengaruh terhadap proses terjadinya erosi. Semakin tinggi nilai erodibilitas tanah maka semakin rentan terhadap erosi, sebaliknya semakin rendah nilai erodibilitas suatu lahan akan resisten terhadap erosi.

Panjang dan Kemiringan Lereng (LS)

Untuk Panjang dan Kemiringan Lereng (LS) ditentukan dengan menggunakan Peta DEM yang kemudian diolah menggunakan Software ArcGIS sehingga didapat Peta Kemiringan Lereng Sub DAS , kemudian nilai panjang lereng dan kemiringan. Dari peta kemiringan lereng sekitar Sub DAS , dapat diketahui bahwa disekitar Sub DAS terletak pada kemiringan lereng yang beragam dari 0 – >40 %. Pada penelitian ini, kelas kemiringan ditentukan berdasarkan peta DEM yang diolah dengan program ArcGIS sehingga didapatkanlah peta kemiringan lereng. Berdasarkan bentuk topografinya, area sekitar Sub DAS Batang imun dikelompokan menjadi 5 kelas kemiringan (LS) yaitu 0 – 8 %, 8 – 15 %, 15 – 25 %, 25 – 40%, dan > 40 %. Nilai indeks LS berkisar antara 0,4 sampai 9,5.

Jika diketahui bahwa kelas lereng di dominasi kelas curam dengan luas 34746,30 ha, sementara itu untuk kelas sangat curam dengan luas 17318,54 ha, kelas datar sebesar 17032,61 ha, kelas landai sebesar 11547,37 ha, kelas agak curam sebesar 34746,30 ha. Tingkat bahaya erosi dominan dipengaruhi oleh faktor panjang dan kemiringan lereng.

Pengelolaan Tanaman dan Konservasi Tanah (CP)

Selanjutnya yang mempengaruhi erosi dalam melindungi permukaan tanah terhadap kerusakan tanah oleh butir-butir hujan adalah vegetasi penutup tanah. Faktor vegetasi penutup tanah dan pengelolaan tanaman serta tindakan – tindakan konservasi (CP) yang nilainya diperoleh berdasarkan pada jenis penggunaan lahan. Jenis penggunaan lahan yang terdapat pada sekitar Sub DAS didasari pada Peta Tutupan Lahan sekitar Sub DAS yang diperoleh dari Departemen Kehutanan Tahun 2016. Dari peta tersebut kemudian dianalisa dan diidentifikasi menggunakan perangkat GIS yaitu menggunakan aplikasi ArcGIS untuk menentukan sebaran jenis tutupan lahan serta dikelompokkan berdasarkan jenis tutupan lahan untuk menentukan nilai CP. Dari hasil analisa peta tersebut menggunakan ArcGIS maka didapat 12 jenis tutupan lahan yang terdapat pada sekitar Sub DAS yaitu hutan lahan kering sekunder, hutan rawa sekunder, perkebunan, pemukiman, pertanian lahan kering, pertanian lahan kering bercampur dengan semak, savana, sawah, semak/belukar, tanah terbuka, transmigrasi, dan tubuh air. Tanaman penutup sebagai faktor C memiliki kontribusi yang besar terhadap laju erosi. Jenis dan ragam nilai C yang mendekati hutan memiliki daya menahan air yang tinggi menyebabkan minimnya erosi pada lantai hutan, sebaliknya nilai tahanan penutup C akan meningkat dengan terbukanya tutupan lahan.

4.KESIMPULAN

Metode USLE (Universal Soil Loss Equation) adalah metode yang digunakan untuk memperkirakan kehilangan tanah akibat erosi pada suatu lahan. Metode ini sangat populer dalam pengelolaan sumber daya lahan karena kemampuannya untuk memprediksi risiko erosi tanah. USLE didasarkan pada formula matematis yang mengintegrasikan beberapa faktor, termasuk:

1. Erosivitas hujan (R): Mengukur intensitas dan jumlah curah hujan yang dapat menyebabkan erosi.
2. Erodibilitas tanah (K): Menilai tingkat kepekaan tanah terhadap erosi berdasarkan sifat fisik dan kimianya.
3. Kemiringan dan panjang lereng (LS): Menggambarkan topografi lahan.

4. Pengelolaan vegetasi dan konservasi tanah (C): Mengacu pada jenis vegetasi atau praktik konservasi yang diterapkan.
5. Praktik pengendalian erosi (P): Mencakup teknik seperti terasering atau strip cropping untuk mengurangi risiko erosi.

Metode USLE adalah alat yang efektif untuk memprediksi tingkat erosi tanah dalam berbagai kondisi lingkungan. Dengan memanfaatkan faktor-faktor yang memengaruhi erosi, USLE dapat membantu dalam perencanaan penggunaan lahan yang berkelanjutan dan pengendalian erosi. Penggunaannya sangat penting untuk menjaga produktivitas lahan dan mencegah degradasi lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasiru, R.H. 2015. Perhitungan Laju Erosi Metode USLE Untuk Pengukuran Nilai Ekonomi Ekologi di Sub DAS Langge Gorontalo. *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian*. 18 (2): 273- 289.
- Lies, I. (2014). *Karakteristik Morfologi dan Klasifikasi Tanah Luapan Banjir Berulang di Kabupaten Konawe Selatan*. *Jurnal Agriplus*.
- Subekti, S. (2012). *Prediksi Erosi Lahan dengan Metode USLE*. *Jurnal Teknik Sipil dan Lingkungan*
- Syad, S. (2010). *Konservasi Tanah dan Air*. UPT Produksi Media Informasi Lembaga Sumberdaya, IPB.
- Sdak, C. (2002). *Hidrologi dan Pengelolaan Daerah Aliran Sungai*. Gadjah Mada University Press.
- Tuti, I. (2010). *Analisis Spasial Tingkat Bahaya Erosi di Wilayah DAS Cisadane Kabupaten Bogor*. *Jurnal Penelitian Hutan dan Konservasi Alam*.
- Yulina, H., Saribun D. S., dan Adin, Z. 2015. Hubungan Antara Kemiringan dan Posisi Lereng dengan Tekstur Tanah, Permeabilitas dan Erodibilitas Tanah pada Lahan Tegalan di Desa Gunungsari, Kecamatan Cikatomas, Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Agrikultura* 2015, 26 (1). 15-22 hal

Peluang dan Tantangan UMKM dalam Pemanfaatan QRIS

**Arianto Saputra Daeli¹, Hendi Gunawan²,
Jeksen³, Irfan Nafis Rianto⁴, Michael Fernando⁵**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tanjungpinang -¹saputradaeli@gmail.com
-²gunawan@gmail.com
-³jeksen@gmail.com
-⁴rianto@gmail.com
-⁵fernando@gmail.com

Abstrak— *The development of digital technology, especially in the financial sector, has brought significant changes to the way transactions are carried out, especially in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector in Indonesia. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) is here as a solution to facilitate non-cash payments, which were previously limited for many MSME players. This research aims to explore the opportunities and challenges faced by MSMEs in implementing QRIS as a digital payment method. The research method used is a qualitative approach with literature study, utilizing data from journals and scientific articles related to financial technology and digitalization of MSMEs. The research results show that QRIS provides a great opportunity for MSMEs to increase financial inclusion, expand markets and increase operational efficiency. However, the challenges faced by MSMEs in adopting QRIS include a lack of technological understanding, limited internet infrastructure, high technology integration costs, and digital transaction security issues. This research also provides several suggestions for optimizing the use of QRIS, including through educational campaigns, collaboration with digital platforms, increasing transaction security, access to financing, as well as regular monitoring and evaluation. With these steps, QRIS is expected to accelerate digital transformation in the MSME sector and encourage more inclusive digital economic growth in Indonesia.*

Keywords: *Quick Response Code Indonesian Standard, Financial Technology, MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Bisnis yang berhubungan dengan uang kartal yang dikeluarkan oleh negara menjadi dasar untuk pertukaran transaksi suatu negara. Namun dunia teknologi yang kian berkembang pesat menciptakan berbagai sistem keuangan elektronik untuk masyarakat (Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2022). Perkembangan ini turut bahagia pada era covid-19, suatu masalah pandemi menyebabkan kesenjangan bisnis, tidak dapat dihindari perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, termasuk industri keuangan (Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, 2022). Teknologi digital atau financial technology dalam bisnis keuangan akan mendukung operasional perusahaan yang lebih efektif dan transparan dengan adanya perkembangannya teknologi membawa arus dalam kesederhanaan kehidupan sehari-hari (Syahrawi Munthe (Kepala KPPN Lubuk Sikaping), 2024). Perkembangan teknologi mulai mempengaruhi proses transaksi, dan tidak bergantung pada uang tradisional. Aktivitas serba digital dan elektronik dengan data sebagai peranannya, individu tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu, mereka bisa melakukan transaksi secara elektronik dimana saja, dengan siapa saja dan kapan saja. Transformasi teknologi mulai mengubah alur transaksi yang biasanya dilakukan secara uang kuartal menjadi digital (Hasan Abdullah Muhammad, 2024).

Transaksi digital adalah kegiatan jual beli atau transaksi barang dan jasa yang dilakukan secara elektronik, baik meliputi aktivitas pembayaran tagihan, operasional, pembelian produk, ataupun bahan pokok mampu melalui dompet digital (Youtap, 2023). Dengan kata lain transaksi digital adalah mengubah cara transaksi yang biasanya menggunakan cash menjadi pembayaran non tunai atau cashless, pembayaran menjadi transfer kegiatan transaksi tradisional menjadi digital. Beberapa pihak ketiga terlibat sebagai media perantara transaksi, bisa bank dalam bentuk nyata maupun virtual. Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai salah satu media perantara transaksi, menciptakan life style semakin bertumbuh, untuk beradaptasi dengan

perubahan yang signifikan harus ikut serta dalam pemanfaatan teknologi informasi secara efektif (Nubatonis et al., 2024).

Pada masa pandemi COVID-19, UMKM hanya menyumbang 16% dari total keseluruhan dari yang sudah bergabung dalam ekosistem ekonomi digital, jumlah tersebut sangat jauh dari harapan. Pandemi juga merubah pola konsumsi masyarakat, perubahan lingkungan yang didorong oleh perkembangan teknologi menciptakan transformasi digital. Hal ini menyebabkan Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) mengalami tantangan baru untuk menerapkan bisnis digital setelah melewati masa kritis covid-19. Pemahaman teknologi digital sangat dibutuhkan oleh UMKM karena memiliki pengaruh terhadap peningkatan produktivitas kinerja (Perhimpunan Bank Nasional (Perbanas), 2021). Dengan adanya transformasi digital di sektor UMKM, hal tersebut diharapkan bisa memberikan kontribusi agar bisa terciptanya keadaan nyaman untuk bertransaksi digital bagi pelanggan. Namun dengan digitalisasi, tidak menjamin bahwa UMKM bisa terhindar dari berbagai masalah seperti permintaan pasar digital, daya tahan pelaku UMKM yang kurang merata, serta edukasi terkait literasi digital yang masih minim (Angeline et al., 2022).

Perkembangan sistem elektronik dalam kegiatan pembayaran non tunai mempengaruhi perubahan gaya masyarakat. Menurut laporan dari eMarketer, perkembangan dompet digital diperkirakan sebanyak 2,1 miliar pada tahun 2023 (Diva & Anshori, 2024). Pembayaran yang dilakukan dengan QR code secara meluruh menjadi suatu yang sangat popular dalam kegiatan transaksi di era digital. QRIS adalah salah satu ide inovasi yang tercipta untuk menyederhanakan dan pengintegrasikan metode pembayaran barcode. Qris juga dimanfaatkan oleh beberapa bisnis seperti UMKM, perkembangan digitalisasi tidak lepas dari lapak penjualannya UMKM untuk dipromosikan kegiatan perbelanjaan, usaha online yang didorong seperti Gojek dan lain-lain dengan tujuan usaha UMKM yang dijalani mampu bertahan diera digitalisasi (Kristanty, 2024).

Perkembangan teknologi yang pesat, termasuk dalam pembayaran digital seperti QRIS, memunculkan pertanyaan dari berbagai pihak terkait dari keamanannya, kekhawatiran akan terjadinya penyalahgunaan data pribadi karena proses pemindaian barcode QRIS bisa membuka celah-celah bagi pihak yang tidak bertanggung jawab dan selain pencurian data, berbagai modus penipuan bisa terjadi seperti mengubah barcode yang asli dengan barcode palsu hingga upaya phising melalui tautan yang disisipkan pada barcode (Pamulang et al., 2024).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi literatur untuk menggali informasi dan memahami peluang serta tantangan yang dihadapi dalam penerapan QRIS bagi wirausaha UMKM (Oktaviani Astridtia, 2022). Metode ini dipilih dengan memanfaatkan basis data seperti Google Scholar dan jurnal-jurnal yang telah diteliti, menghasilkan data yang relevan.

Studi literatur, yang juga dikenal sebagai studi pustaka dalam penelitian kualitatif, melibatkan pengumpulan, pembacaan, pencatatan, serta pengolahan sumber-sumber penelitian. Alasan peneliti memilih metode ini adalah karena kemudahan akses terhadap berbagai data yang dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai literasi yang ada. Dengan kata lain, data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari jurnal dan artikel ilmiah, yang memungkinkan peneliti untuk melakukan penyaringan berdasarkan hasil penelitian sebelumnya (Gilang P & Gramedia, 2024).

Dengan mempelajari literatur, peneliti dapat mengakses informasi, meningkatkan pemahaman, serta menganalisis data yang diperoleh untuk mengembangkan kerangka pemikiran dan merumuskan hipotesis penelitian, sehingga memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai peluang dan tantangan penggunaan QRIS dalam UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Qris Bagi Usaha UMKM

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) memberikan banyak peluang bagi perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM yang hanya mengandalkan transaksi tunai dan kesulitan dalam mengakses sistem pembayaran digital. QRIS hadir untuk mengatasi hal tersebut dengan memungkinkan pelaku UMKM menerima pembayaran non-tunai melalui kode QR. Fasilitas ini sangat berguna, karena tidak memerlukan rekening bank atau kartu kredit, sehingga membuka akses keuangan bagi lebih banyak orang. Ini juga membantu mempercepat perputaran uang dan mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Salah satu keuntungan utama dari QRIS adalah meningkatkan inklusi keuangan. Sebelum

QRIS diterapkan, banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki fasilitas untuk menerima pembayaran digital, yang membatasi mereka dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan QRIS, transaksi dapat dilakukan dengan lebih mudah, bahkan oleh konsumen yang tidak memiliki rekening bank, sehingga UMKM dapat melayani lebih banyak pelanggan, termasuk mereka yang lebih memilih metode pembayaran digital. QRIS membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang dan memperluas pasar mereka, baik di tingkat lokal maupun internasional.

Selain itu, QRIS juga berperan dalam meningkatkan daya saing bisnis UMKM. Kemampuan untuk menerima pembayaran non-tunai memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan, yang semakin mengutamakan transaksi digital di era ekonomi digital ini. UMKM yang memanfaatkan QRIS akan lebih mudah beradaptasi dengan tren pembayaran modern dan memiliki kesempatan lebih besar untuk berkembang. Mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memanfaatkan peluang yang sebelumnya tidak dapat diakses karena terbatasnya pilihan pembayaran.

QRIS juga meningkatkan transparansi dan pengendalian transaksi keuangan. Setiap transaksi yang dilakukan melalui QRIS tercatat secara otomatis, yang memungkinkan pelaku UMKM dan pihak terkait, seperti Bank Indonesia dan penyedia jasa sistem pembayaran, untuk memantau kegiatan keuangan tersebut. Hal ini mengurangi risiko penipuan dan kecurangan, serta memberikan pelaku UMKM rasa aman dalam menjalankan usaha mereka. Selain itu, pencatatan otomatis ini memudahkan UMKM dalam mengelola keuangan mereka, karena data transaksi dapat diakses dengan mudah dan digunakan untuk perencanaan serta pengambilan keputusan bisnis yang lebih efektif.

Di samping itu, QRIS turut meningkatkan efisiensi dalam operasional bisnis. Dengan proses transaksi yang lebih cepat dan efisien, UMKM dapat menghemat waktu yang sebelumnya terbuang untuk menangani transaksi tunai. QRIS mengurangi biaya administrasi yang biasanya terkait dengan pembayaran tunai, serta mengurangi potensi kesalahan dalam perhitungan dan pengelolaan uang. Transaksi yang lebih cepat dan mudah ini memberikan kesempatan bagi UMKM untuk fokus pada kegiatan bisnis yang lebih strategis, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas mereka.

Efisiensi yang dihadirkan oleh QRIS juga berdampak pada biaya operasional yang lebih rendah. Biaya yang lebih rendah ini membantu meningkatkan profitabilitas bagi pelaku UMKM, karena mereka dapat mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk pengembangan usaha dan ekspansi bisnis. QRIS memungkinkan transaksi berjalan dengan lebih lancar, tanpa perlu khawatir dengan masalah teknis atau administrasi yang sering kali menjadi kendala dalam transaksi tunai. Selain itu, pembayaran non-tunai yang lebih efisien dapat mempercepat arus kas dan mendukung kelancaran operasional UMKM.

Secara keseluruhan, QRIS memberikan berbagai peluang besar bagi UMKM di Indonesia. Dari peningkatan inklusi keuangan hingga efisiensi operasional, QRIS mendukung perkembangan UMKM yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Dengan memanfaatkan QRIS, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan daya saing mereka, tetapi juga memanfaatkan peluang yang sebelumnya tidak dapat dijangkau, serta mengelola bisnis mereka dengan lebih transparan dan efisien. Semua ini berkontribusi pada penciptaan ekosistem ekonomi yang lebih inklusif dan modern di Indonesia.

Keberadaan fintech, seperti QRIS, telah menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat dalam melakukan transaksi, bahkan melampaui batas geografis. Namun, masih ada tantangan dan pertanyaan terkait sejauh mana QRIS digunakan secara merata oleh UMKM dan apakah mereka benar-benar memanfaatkan keuntungan yang ditawarkan oleh QRIS. Selain itu, meskipun transaksi digital menawarkan tingkat keamanan untuk melindungi identitas pengguna, masih ada kekhawatiran tentang keamanannya. Keterbatasan pemahaman dan adaptasi terhadap teknologi digital di berbagai era juga menjadi tantangan dalam penggunaan QRIS sebagai solusi fintech. Masalah utama berasal dari kurangnya literasi digital serta minimnya edukasi tentang teknologi, yang berujung pada kurangnya transparansi dan menimbulkan rasa ragu-ragu terkait pemberian akses terhadap data pribadi. Hal ini dapat merusak kepercayaan pengguna terhadap QRIS sebagai metode pembayaran yang aman.

Tantangan QRIS Bagi Usaha UMKM

Perkembangan era digital harus diimbangi dengan pemahaman yang baik terhadap teknologi, khususnya untuk pelaku usaha UMKM, agar mereka dapat meningkatkan keberlanjutan dan kemajuan bisnis mereka. Banyak pelaku UMKM yang masih merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan sistem digital karena keterbatasan usia atau pengalaman. Ketidakpahaman terhadap teknologi digital ini menjadi tantangan besar yang menghalangi mereka untuk memperoleh efisiensi dan kemudahan dalam bertransaksi. Tanpa pemahaman yang cukup, teknologi seperti QRIS bisa terasa sia-sia, karena mereka tidak tahu cara memanfaatkannya. Hal ini membuat banyak pelaku UMKM, terutama yang sudah berusia, merasa ragu untuk beralih dari metode transaksi tradisional ke sistem digital.

Selain masalah pemahaman, ada juga tantangan terkait infrastruktur teknologi yang mendasari penggunaan QRIS. Meskipun teknologi digital, termasuk QRIS, berkembang dengan pesat, masalah besar muncul terkait akses jaringan internet yang belum merata di seluruh Indonesia, terutama di daerah pedesaan. Infrastruktur internet yang menjadi tulang punggung sistem digital ini sangat penting. Tanpa jaringan yang stabil dan cepat, penggunaan QRIS bisa terhambat. Koneksi internet meskipun tidak mengenal batasan geografis, namun masih terbatas pada wilayah tertentu, yang membuat teknologi ini kurang optimal di beberapa daerah.

Selain itu, biaya integrasi teknologi menjadi salah satu kendala bagi UMKM untuk beralih dari metode transaksi tradisional ke digital. Meskipun banyak yang mengatakan bahwa teknologi digital, seperti QRIS, dapat mengurangi biaya operasional dalam jangka panjang, kenyataannya banyak pelaku UMKM merasa kesulitan dengan biaya awal yang diperlukan untuk mengintegrasikan sistem ini ke dalam bisnis mereka. Biaya perangkat keras, perangkat lunak, dan pelatihan untuk menggunakan teknologi ini seringkali menjadi hambatan yang cukup signifikan. Walaupun analisis menunjukkan bahwa QRIS bisa memberikan efisiensi biaya dalam jangka panjang, kenyataannya banyak UMKM merasa biaya awal yang dikeluarkan lebih memberatkan mereka.

Selain itu, aspek keamanan identitas juga menjadi tantangan besar bagi penggunaan QRIS. Ancaman seperti serangan phishing, di mana pelaku kejahatan dapat mengganti kode QR asli dengan kode QR palsu, sangat berisiko bagi pengguna QRIS. Tanpa pemahaman yang baik tentang sistem keamanan, pengguna QRIS rentan terhadap serangan yang dapat merusak privasi dan mengakses data transaksi mereka. Oleh karena itu, penting bagi pengguna QRIS untuk memahami cara melindungi transaksi mereka agar tidak terjadi masalah seperti serangan man-in-the-middle yang dapat mencuri informasi sensitif. Di sinilah peran teknologi tambahan seperti blockchain sangat diperlukan untuk memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan melalui QRIS terjamin keamanannya, dengan sistem enkripsi end-to-end yang melindungi data pribadi dan transaksi pengguna dari ancaman pencurian atau penyalahgunaan data.

Secara keseluruhan, meskipun QRIS memiliki banyak manfaat bagi UMKM, tantangan-tantangan ini harus diatasi agar potensi teknologi ini bisa dimanfaatkan secara maksimal. Pemahaman yang lebih baik, penyediaan infrastruktur yang lebih merata, pengurangan biaya integrasi, serta peningkatan keamanan transaksi menjadi faktor penting yang harus diperhatikan agar QRIS dapat digunakan dengan efektif oleh semua pelaku UMKM di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan tentang QRIS bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia adalah bahwa QRIS memberikan peluang besar untuk meningkatkan inklusi keuangan, daya saing bisnis, transparansi, dan efisiensi operasional bagi pelaku UMKM. QRIS memudahkan transaksi non-tunai, yang sebelumnya sulit dijangkau oleh banyak UMKM, sekaligus memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar lebih luas, baik domestik maupun internasional. Keuntungan-keuntungan ini berpotensi memperkuat sektor UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Namun, di balik peluang besar ini, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengimplementasikan QRIS. Tantangan utama terletak pada kurangnya pemahaman terhadap teknologi digital, keterbatasan infrastruktur internet, serta biaya integrasi teknologi yang masih menjadi kendala besar bagi sebagian besar UMKM. Banyak pelaku UMKM, terutama yang lebih tua atau yang memiliki keterbatasan dalam pengetahuan digital, merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan sistem transaksi digital seperti QRIS.

Selain itu, masalah keamanan identitas dan data transaksi menjadi perhatian serius. Keamanan

transaksi digital sangat penting untuk mencegah risiko kejahatan seperti phishing atau serangan man-in-the-middle. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih baik mengenai cara melindungi transaksi dan identitas pribadi. Teknologi tambahan seperti blockchain dan enkripsi end-to-end harus dipertimbangkan untuk memastikan bahwa setiap transaksi melalui QRIS terlindungi dengan baik.

5. SARAN

Untuk mengoptimalkan penggunaan QRIS di kalangan UMKM, beberapa saran tambahan yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan dan Kampanye Edukasi yang Lebih Luas

Selain pelatihan langsung mengenai penggunaan QRIS dan teknologi digital lainnya, penting untuk melakukan kampanye edukasi yang lebih luas melalui berbagai media. Kampanye ini harus mencakup informasi tentang keuntungan penggunaan QRIS, cara memanfaatkan aplikasi pembayaran digital, serta pentingnya keamanan transaksi agar pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam beralih ke sistem digital.

2. Kolaborasi dengan Platform Digital

Pemerintah dan lembaga terkait dapat bekerja sama dengan berbagai platform digital, seperti aplikasi pembayaran atau e-commerce misalnya Gopay dan lain sebagainya, untuk menyediakan paket khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Kolaborasi ini dapat menawarkan akses mudah bagi UMKM untuk mengadopsi QRIS serta menyediakan dukungan teknis dan sumber daya yang dibutuhkan.

3. Penguatan Keamanan Transaksi Digital

Untuk meningkatkan rasa aman bagi pelaku UMKM dan konsumen, penting untuk memastikan adanya jaminan keamanan dalam setiap transaksi menggunakan QRIS. Pemerintah dan penyedia platform pembayaran digital perlu berinvestasi dalam teknologi keamanan, seperti enkripsi data, dan menyediakan pelatihan mengenai cara menghindari penipuan atau serangan siber.

4. Peningkatan Akses Pembiayaan dan Kredit Digital

Untuk mendukung adopsi QRIS, UMKM sering kali membutuhkan pembiayaan yang terjangkau untuk biaya integrasi sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, penting untuk menyediakan akses ke pembiayaan dengan bunga yang rendah atau bahkan memberikan insentif kepada UMKM yang mengadopsi sistem ini, agar lebih banyak pelaku usaha yang bisa merasakan manfaatnya.

5. Monitoring dan Evaluasi Secara Berkala

Setelah implementasi QRIS, perlu ada sistem monitoring dan evaluasi yang berkala untuk memastikan efektivitas program dan mencari solusi atas kendala yang dihadapi oleh UMKM. Ini dapat dilakukan dengan melakukan survei atau forum diskusi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan penyedia teknologi, untuk mengetahui tantangan yang masih ada dan bagaimana cara memperbaikinya.

Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini, QRIS diharapkan tidak hanya akan meningkatkan inklusi keuangan, tetapi juga mempercepat digitalisasi ekonomi Indonesia, serta menciptakan lingkungan usaha yang lebih efisien dan aman bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Angeline, Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). Pengembangan Umkm Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Prosiding Serina IV*, 1, 85–92.
- Diva, M., & Anshori, M. I. (2024). Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6), 1991–2002. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>
- Gilang P & Gramedia. (2024). Literature Review: Pengertian, Metode, Manfaat, dan Cara Membuat. https://www.gramedia.com/literasi/literature-review/?srsltid=AfmBOorhyyiAcTnoTuSPOvXh-2sy-6AQA_Nmfk39sfK-vUZp6EnogB
- Hasan Abdullah Muhammad. (2024). KEBERLANJUTAN QRIS: MEMAHAMI TANTANGAN DAN MERANCANG SOLUSI DISRUPTIF. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. <https://jurnal.stkipgritulungagung.ac.id/index.php/jipi/article/download/5283/2139>

- Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2022). *Menuju Era Uang Rupiah Digital*. Website. <https://djp.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/3950-menuju-era-uang-rupiah-digital.html>
- Kristanty, D. N. (2024). *Tren dan Tantangan Keamanan Bertransaksi dengan Qris dalam Era Transformasi Sistem Pembayaran Digital*. 5(10), 3923–3933.
- Nubatonis, J. P. S., Ballo, F. W., & Kiak, N. T. (2024). Implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) untuk pelaku usaha di pasar tradisional (studi kasus pada pasar tradisional di Kota Kupang). *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(2), 1–8.
- Oktaviani Astridtia. (2022). ANALISIS PENERAPAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS DALAM KEMUDAHAN UMKM DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Fakultasi Ekonomi*. file:///C:/Users/Asus/OneDrive/Semester 4/Bisnis Digital/Kelompok/Jurnal+Oktaviani+Musytari.pdf
- Pamulang, M. S. U., Surya, J., No, K., Barat, P., Pamulang, K., & Selatan, K. T. (2024). *Analisis Keamanan dan Privasi dalam Transaksi Menggunakan QRIS: Tantangan dan Solusi*. 1.
- Perhimpunan Bank Nasional (Perbanas). (2021). UMKM, Kunci Pemulihan Ekonomi. *Perhimpunan Bank Nasional (Perbanas)*, 1–24. <https://perbanas.org/uploads/publication/perbanasnews/1680249272.pdf>
- Syahrawi Munthe (Kepala KPPN Lubuk Sikaping). (2024). *Semangat Transformasi pada Proses Digitalisasi Pembayaran Pemerintah*. Website. <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3224-semangat-transformasi-pada-proses-digitalisasi-pembayaran-pemerintah.html>
- Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. (2022). *Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Digital*. Website. <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3558-pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi-digital>
- Youtap. (2023). *Transaksi Digital, Pengertian dan Contohnya*. Website. <https://www.youtap.id/blog/transaksi-digital-pengertian-dan-contohnya>

Pengelolaan Akuntansi Keuangan pada Tatanan Kehidupan Generasi Z di SMK Kabupaten Tegal

Muhammad Prans Panca Renta¹, Siska Aprilia², Paddery³, Meriana⁴

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu-¹pranspanca@gmail.com

Universitas Terbuka-²aprielliasiska@gmail.com

Politeknik Raflesia^{3,4}-³paddery70@gmail.com

-⁴merianandi@gmail.com

Abstrak-Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024, pengelolaan keuangan pada generasi Z lebih rendah dibandingkan generasi milenial. Hal ini dikarenakan tingkat pemahaman generasi Z terhadap literasi keuangan sangat minim. Tujuan penelitian ini, antara lain : (1) memperoleh pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengelolaan akuntansi keuangan pada tatanan kehidupan generasi Z , (2) mengetahui cara memperbaiki pengelolaan keuangan pada generasi Z , dan (3) mengetahui dampak setelah dilakukan pengelolaan akuntansi keuangan yang baik pada tatanan kehidupan generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana data penelitian ini di ambil dari survei BPS Kabupaten Tegal terhadap generasi Z di SMK.

Kata Kunci : Generasi Z, Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan.

1.PENDAHULUAN

Menurut Purba et al., (2021:114) pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan pemanfaatan dana usaha.

Pengetahuan tentang tata cara mengatur pengelolaan keuangan sangat erat kaitannya dengan cara seseorang menjalani kehidupannya. Surhayani, Nurjanah, & Asiah, (2022) mengungkapkan salah satu cara untuk menanggulangi permasalahan pengelolaan keuangan adalah dengan mengadakan literasi Keuangan .

Literasi keuangan ini merupakan salah satu upaya dalam Manajemen Akuntansi Keuangan untuk mengatasi permasalahan Pengelolaan Keuangan. Dari hasil analisa data menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen keuangan dikalangan siswa dan juga mahasiswa. (Journal, Education, Albertus, Leksono, & Vhalery, 2020). Menurut CFPB, Younas & Farooq (2019), kesejahteraan keuangan jangka panjang merupakan keadaan dimana seseorang telah mampu memenuhi kewajiban keuangannya saat ini maupun dimasa depan melalui pengendalian diri untuk hidup sejahtera serta sehat, baik secara keuangan maupun emosional dalam hidupnya.

Kesejahteraan keuangan merupakan hal yang harus dimiliki oleh setiap orang dalam mengelola pendapatannya. Untuk tercapainya suatu kondisi yang dinamakan Kesejahteraan keuangan adalah dengan menerapkan Medote Manajemen Keuangan pada income yang dihasilkan.

Permasalahan ini pada umumnya banyak dialami oleh generasi Z. Generasi Z merupakan individu dengan tahun kelahiran dari 1998- 2012(Sladek & Grabinger, 2014), Generasi Z ada setelah Generasi Milenial, pada generasi ini merupakan generasi yang melek dengan teknologi karena generasi peralihan perkembangan teknologi ke era digital, seperti adanya e-wallet, pembayaran yang berbasis online, serta pinjaman yang berbasis online(Aseng, 2020). Berdasarkan data dari. katadata.co.id yang mensurvei Gen Z di Indonesia, bahwa Gen Z merupakan populasi yang dominan terhadap perkembangan keuangan digital. Data menunjukkan sekitar 42% Gen Z yang mendominasi perkembangan keuangan digital. Namun pada sisi lain, pengelolaan keuangan Gen Z pun perlu diperhatikan, faktanya gen z ini banyak teliti atau terlibat dengan pinjaman online. Muhamad (2023) menjelaskan, generasi Z penyumbang angka terbesar pinjol (pinjaman online) di Indonesia, ada sekitar 44,14% dari total kredit macet pinjaman online skala nasional, yaitu berkisar pada nilai akumulasi gagal bayar utang sebesar Rp763,65 miliar.

Perkembangan keuangan yang melesat tentu harus diimbangi dengan adanya pengelolaan keuangan yang baik, jika individu ingin mendapatkan kemakmuran dalam kehidupan maka harus menata dan mengelola keuangannya, untuk menaiki tangga kesejahteraan. Hal ini akan terjadi sebaliknya, bila individu tidak dapat mengontrol dan mengutamakan gaya hidup maka akan menyebabkan individu masuk dalam gerbang kemiskinan. Individu akan sulit mengelola keuangan, ketika sudah masuk dalam gerbang kemiskinan(Nurlaili & Swastika, 2021).

Populasi Gen Z yang mendominasi dan beberapa fakta Gen Z yang memiliki pengelolaan keuangan yang buruk, seperti terlibat pinjol (pinjaman online), mengutamakan gaya hidup yang mewah serta memiliki kegiatan konsumtif (Cahyani, 2023). Hal tersebut merupakan fenomena unik yang akan dibahas menjadi sebuah artikel yang menarik. Dari penjabaran diatas, maka munculah pertanyaan penelitian apa faktor-faktor yang menjadi penyebab keuangan Gen Z buruk? dan apa pula dampaknya pada kehidupan Gen Z? . Studi penelitian ini dilakukan pada kalangan Gen Z yang ada di SMK Kabupaten Tegal, Gen Z yang ada di SMK Kabupaten Tegal memiliki kebiasaan selalu "hongkrong" setelah melakukan aktivitas belajar, berdasarkan hasil data www.berandadesa.com survey mengungkapkan bahwa Gen Z lebih sering berkunjung ke Kafe setiap harinya atau secara berkala. Tentunya ini menjadi salah satu kegiatan konsumtif yang apabila dilakukan secara terus-menerus akan menyebabkan pengelolaan keuangan semakin buruk. Maka penelitian ini begitu penting untuk Gen Z dan berguna untuk stakeholder (Pemerintahan), karena jika tidak segera diatasi dapat membuat Indonesia krisis pengelolaan keuangan beberapa tahun kedepan, dan dapat menjadikan Indonesia sebagai negara yang masyarakatnya mayoritas terlilit pinjaman online. Bagi generasi Z penelitian ini dapat menjadi sebuah pengetahuan dan sikap untuk merubah pola kehidupan serta pengelolaan akuntansi keuangannya agar lebih baik lagi. Untuk pemerintah, artikel ini menjadi sebuah kritikal untuk segera diatasi dan dapat membuat kebijakan atau arahan agar Gen Z melek terhadap manajemen keuangan.

2. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan secara kuantitatif yang berbentuk survei menggunakan kuisioner untuk mengetahui pengaruh pengelolaan akuntansi keuangan terhadap tatanan kehidupan generasi Z pada SMK Kabupaten Tegal. Lokasi Penelitian merupakan wilayah dimana penelitian dilakukan. Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di SMK yang terletak di Kabupaten Tegal. Penelitian ini menggunakan Probability Sampling (Acak Sederhana atau Simple random). Cari ukuran sample dan mengelompokkan. Teknik penentuan sample Probability Sampling yaitu simple random sampling atau sampel acak sederhana dimana pengambilan sample dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. (Rawung, Si, Stat, & Muda, 2020). Populasi distrata berdasarkan rentan usia, jumlah kuota sample yaitu sebesar 20 orang yang di distribusikan menjadi 3 kelompok jenjang usia.

Tabel 1 Kelompok Jenjang Usia

NO	USIA	PERSENTASE
1	16-18	51,6%
2	19-21	21,2%
3	22-23	27,2%
TOTAL		100%

Sumber : Data Siswa dan Guru berdasarkan kelompok usia SMK Kabupaten Tegal 2024

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Penyebaran kuisioner dilakukan dengan cara menyebarkan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai pengelolaan keuangan.

Penelitian ini menggunakan 2 variabel Independen (Literasi Keuangan, Perencanaan Keuangan dan Perilaku Keuangan) dan satu variabel independen (dampak penerapan akuntansi keuangan pada kehidupan mendatang). Indikator reflektif digunakan untuk mengukur keempat variabel ini. Untuk mencakup indikator variabel penelitian ini digunakan Skala likert dengan rentang nilai 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Lutfi & Brilianti (2020) mengatakan, tekanan keuangan, kenyamanan keuangan, kekhawatiran keuangan dan kesiapan memenuhi dana darurat menggambarkan kesejahteraan keuangan. Literasi keuangan menggambarkan bagaimana pengetahuan generasi Z terhadap pengelolaan keuangan mereka untuk kesejahteraan keuangan jangka panjang. Literasi keuangan diukur dengan mengetahui pemahaman serta pengetahuan Generasi Z mengenai Pengelolaan dan Manajemen Keuangan sehingga hal tersebut dapat berpengaruh terhadap keuangan jangka panjang pada tatanan kehidupan generasi Z. Perencanaan keuangan merupakan gambaran dimana Generasi Z melakukan pengolahan dengan cara pengalokasian dan perencanaan terhadap pendapatan yang dihasilkan, baik untuk keuangan jangka pendek maupun keuangan jangka panjang. Bagaimana mereka melakukan pengelolaan atau manajemen terhadap keuangan menggambarkan perilaku keuangan mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian pengelolaan akunansi keuangan pada tatanan kehidupan generasi Z di SMK kabupaten Tegal, ada beberapa faktor yang menyebabkan pengelolaan keuangan tersebut buruk. Berdasarkan hasil dari kuisioner dan juga wawancara terhadap beberapa Gen Z di SMK Kabupaten Tegal, faktor tersebut yakni gaya hidup (life style), literasi keuangan, pengendalian eksternal (locus of control eksternal) yang mempengaruhi pengelolaan keuangan.

Pada Generasi Z di SMK Kabupaten Tegal memiliki gaya hidup (life style) yang tinggi. Indikator gaya hidup (life style) menjadi indikator yang mendasari penilaian gaya hidup. Menurut (Laga et al., 2023) yakni gaya hidup mengukur aktivitas manusia termasuk cara mereka menghabiskan waktu, minat terhadap hal yang penting, cara mereka memandang diri sendiri dan orang lain, dan cara mereka menjalani hidup. Pada saat melakukan kuisioner pada gen Z terkait gaya hidup, peneliti melakukan kuisioner dan melakukan wawancara. Dari hasil wawancara didapatkan bahwa pada indikator aktivitas, Gen Z di smk kabupaten tegal lebih sering untuk mengunjungi tempat nongkrong untuk tujuan utama yakni "healing" atau refreshing ketika setelah lelah melakukan aktivitas utama atau mengisi waktu luang. Seperti Generasi Z seorang guru swasta yang berusia 25 tahun , yang mengunjungi tempat nongkrong atau kafe seminggu sampai 4 atau 5 kali untuk menikmati kopi dan mengerjakan tugas gurunya di cafe tersebut. Sementara Gen Z yang berusia 17 tahun seorang siswa, aktivitas yang sering dilakukan untuk mengerjakan tugas makalah yang dilakukan pada tempat yang terhubung dengan sambungan internet (WiFi) biasanya diwarung yang sering dikunjungi dengan teman-temannya. Berdasarkan beberapa dari hasil wawancara hampir semua menjawab bahwa aktivitas yang sering dilakukan yakni berkunjung ke tempat healing atau nongkrong disaat memiliki waktu luang. Membeli beberapa produk makanan dan minuman yang digunakan untuk moodbooster saat mengerjakan tugas atau belajar . Seperti, membeli produk minuman (kopi latte, minuman penyegar rasa manis, dan sebagainya). Kemudian, pada indikator minat yakni suatu bentuk kecenderungan individu terhadap yang disukai, atau berdasarkan pendapat lain terkait minat yakni kecenderungan melakukan hal terhadap hal yang dianggap penting. Seperti, seseorang tersebut akan condong untuk membeli apa yang mereka sukai, serta mengerjakan apa yang disukai. Pada saat wawancara dan kuisioner, 7 dari 10 narasumber Gen Z mengisikan bahwa narasumber memiliki kecondongan membeli apa yang disukai dengan memanfaatkan momen tertentu. Ketika ada diskon di sebuah toko dan diskon di platform belanja online, dan barang yang dibeli merupakan barang yang didasari oleh keinginan bukan lagi kebutuhan. Contohnya yang dilakukan seorang siswa berusia 16 tahun, 17 tahun, 18 tahun membeli peralatan makeup serta barang lainnya untuk penampilan mereka, yang sesungguhnya belum terlalu membutuhkan alat makeup. Indikator terakhir dalam menilai gaya hidup yakni adanya opini atau cara mereka memandang diri sendiri dan orang lain. Hal ini tampak pada hasil observasi pada Gen Z di SMK Kabupaten Tegal, Sebagai

contoh guru yang berusia 21 tahun dan 22 tahun menuliskan dalam kuisioner bahwa ia (Generasi Z) beranggapan seseorang akan dihargai ketika memiliki keunggulan seperti penampilan yang menarik, memiliki banyak uang, dan juga barang yang branded. Penjabaran diatas merupakan hasil kuisioner dan wawancara terhadap narasumber. Secara garis besar, peneliti menganalisa bahwa gaya hidup (life style) Generasi Z di smk kabupaten tegal sangat tinggi, dan hal ini merupakan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh generasi Z.

Faktor lain yakni adanya Literasi keuangan, pada literasi keuangan memiliki indikator untuk melakukan penilaian terhadap literasi keuangan. Seseorang itu masuk pada kategori paham literasi keuangan, kurang paham literasi keuangan atau tidak paham literasi keuangan. Pada literasi keuangan memiliki indikator yakni pengetahuan dasar tentang manajemen keuangan, manajemen kredit, manajemen tabungan dan investasi(Mandell & Klein, 2009), (Purwidiani & Tubastuvi, 2019). Hasil dari wawancara pada Gen Z di smk kabupaten tegal, menemukan bahwa narasumber mengerti tentang pengetahuan dasar manajemen keuangan. Mereka mengetahui adanya informasi dari media sosial yang ada di Instagram, Facebook, maupun Yutube. Narasumber memiliki informasi terkait investasi di platform seperti dibit. 6 dari 10 narasumber mengetahui produk pembayaran digital seperti Dana, Ovo, dan QRIS. Narasumber juga mengetahui adanya aplikasi pinjaman online. Namun, untuk manajemen asuransi narasumber belum mengenal. Adanya akses digital teknologi memudahkan Gen Z mengetahui banyak pengetahuan terkait dengan keuangan dan produk produk digital dari keuangan. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti menganalisa bahwa literasi keuangan Gen Z pada dasarnya termasuk dalam kategori paham literasi keuangan, hal dibuktikan saat wawancara bahwa narasumber mengetahui pengetahuan dasar keuangan, pengetahuan investasi, menggunakan pembayaran digital. Namun narasumber tidak banyak mengerti mengenai manajemen asuransi dan pemanfaatan literasi keuangan yang baik bagaimana.

Faktor selanjutnya berdasarkan dari pengamatan pada Generasi Z yakni locus of control eksternal. Locus of control eksternal atau pengendalian bersumber dari eksternal dapat didefinisikan sebagai aktivitas yang terjadi sebab pengaruh atau kendali yang bersumber dari luar(Cobb-Clark et al., 2016). Teori locus of control memiliki dua jenis yakni internal dan eksternal. Pengendalian yang bersumber dari dalam (internal) lebih condong kepada perilaku bahwa individu dapat lebih menahan, mengelola emosi atau lebih kepada yakin kepada diri sendiri dan tidak terpengaruh oleh pihak luar (eksternal) seperti teman, tetangga, saudara, dan lainnya(Novianti, 2019). Berdasarkan hasil penelitian ini, narasumber lebih condong terpengaruh pengaruh dari luar (eksternal). Dibuktikan dengan pada saat wawancara dan observasi dengan seorang Gen Z usia 23 tahun guru sejarah, narasumber mengatakan bahwa ajakan membeli suatu barang didasari dengan salah satu ajakan teman kerjanya. Seperti membeli makanan, membeli barang, dan beberapa. Kemudian Generasi Z usia 22 tahun seorang pelatih tari mengungkapkan bahwa pekerjaan seni harus selalu update dan selalu cari referensi dari yang pihak lain seperti influencer, ketika ada barang yang ingin dibeli, biasanya selalu melihat review dari influencer terlebih dahulu. Hasil wawancara dengan siswa, mengatakan bahwa "jika ingin membeli barang yang lucu biasanya selalu couple dengan teman akrab. Saran dari teman dan melihat pihak lain merupakan suatu hal yang biasa bagi Generasi Z, narasumber memiliki pola pikir jika tidak sesuai dengan trend maka dianggap tidak gaul. Berdasarkan pemaparan diatas, secara garis besar peneliti menganalisa bahwa Gen Z cenderung kepada pengaruh dan kendali dari pihak luar seperti pengaruh dari teman, dan pihak luar lainnya. Hal ini, jika terus dilakukan tentu membuat individu tidak dapat mengontrol dan mengendalikan dirinya sendiri.

Dampak yang terjadi setelah di terapkannya pengelolaan akuntansi keuangan pada tatanan kehidupan generasi Z di SMK Kabupaten Tegal, dengan adanya peningkatan pemahaman tentang literasi keuangan pada generasi Z terhadap pengelolaan keuangannya. Pengelolaan keuangan yang baik bagi generasi Z dapat berdampak pada:

1. Stabilitas finansial

Generasi Z dapat mencapai stabilitas finansial dan kemandirian di masa depan.

2. Perilaku keuangan bijaksana

Generasi Z dapat mengembangkan kebiasaan keuangan yang sehat, sehingga dapat menghindari risiko utang dan belanja impulsif.

3. Pengelolaan keuangan efektif

Generasi Z dapat mengelola keuangannya dengan efektif.

4.KESIMPULAN

Dari hasil penelitian peneliti merangkum bahwa pengelolaan akuntansi keuangan merupakan suatu kegiatan untuk mengelola keuangan individu dimulai dari merencanakan, menganggarakan dan merealisasikannya. Pada penelitian ini pengelolaan akuntansi keuangan pada generasi Z kurang baik disebabkan oleh beberapa faktor seperti gaya hidup yang tinggi, kurangnya pemahaman literasi keuangan dan, faktor eksternal yang menyebabkan individu salah langkah dalam pengelolaan keuangannya.

Kesimpulan dari penelitian ini pengelolaan akuntansi keuangan yang baik sangat bergantung pada pemahaman akan literasi keuangan. Literasi keuangan yang baik dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka perilaku keuangannya akan semakin baik. Saran untuk generasi Z yakni lebih untuk mendalami bagaimana literasi keuangan yang baik dan jangan terlalu berpatokan pada pendapat orang sebab bagaimanapun ketika pemahaman literasi keuangan sudah dipahami tetapi pengaruh dari luar tetap di anggap sebab tidak adanya pengendalian diri maka pola hidup konsumtif akan timbul dan pengelolaan keuangan akan semakin buruk. Saran untuk pemerintah, sebaiknya pemerintah mengadakan semacam seminar tentang literasi keuangan dan menumbuhkan budaya menabung di sekolah – sekolah agar perilaku konsumtif pada generasi Z tidak semakin membesar yang berakibat pada pengelolaan keuangan yang buruk sehingga kesejahteraan keuangan individu tersebut pun juga mengkhawatirkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Damayanti, Dewi Kurniawati, Tia Ichwani, Mila Munira, Basis G. Andamari, Aliya Aavi Aranda, Nadira Nuaziza Sofian.(2024). Pengelolaan keuangan oleh GEN-Z (SMAN 3 Depok).<http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/SULUH>
- Dias Nikmatus Sholihah, Yuyun Isbanah. (2023). Pengaruh literasi keuangan, pengetahuan keuangan, locus of control, dan gaya hidup hedonistik terhadap perilaku pengelolaan keuangan. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim>
- Dyah Cahyasari. (2024). Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Di Indonesia. <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/1155>
- Eline Novianta, Ade Andani, Fariadi, Samsul Ghazali. (2024). Teknologi keuangan dan literasi keuangan untuk Gen Z. Jurnal Ekonomika dan Bisnis. <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i1.1423>
- Intan Mulia Sari, Mulyani, & Sri Putri W. (2023). Dasar-dasar akuntansi era generasi Z bagi siswa SMK techno media. Jurnal Abdimas Iqtishadiah. <https://openjournal.unpam.ac.id>
- Lia Siti Aulia. (2024). Peran Penting Akuntansi dalam Pendidikan Generasi Z. <https://mediasembilan.com/2024/01/30/pentingnya-peran-akuntansi-dalam-pendidikan-gen-z/>
- Mira Indriastuti, Elsa Rosalinda, Mutia Maulida, Nabila Samiha, Siti Ismawati. (2023). Literasi dan inklusi keuangan pada generasi Z guna mendukung agenda SGD'S di Indonesia. Jurnal Keuangan Umum & Akuntansi Terapan. <https://jurnal.pknstan.ac.id>
- Mudita Rahmawati, Lathifaturahmah, Sheni Aryanti, Nina Tamara Dewi, Sehabudin Idrus. (2024). Pengaruh manajemen keuangan pada generasi Z untuk kesejahteraan keuangan jangka panjang. [https://www.researchgate.net/publication/380419377 Pengaruh Manajemen Keuangan pada Generasi Z untuk Kesejahteraan Keuangan Jangka Panjang](https://www.researchgate.net/publication/380419377_Pengaruh_Manajemen_Keuangan_pada_Generasi_Z_u ntuk_Kesejahteraan_Keuangan_Jangka_Panjang)
- Muhammad Abduh Tuasikal. (2023). Buku Mengatur Keuangan Keluarga buat Generasi Milenial.
- Muhammad Misbakul Munir. (2023). Islamic Finance for gen Z karakter dan kesustraan finansial untuk gen Z: Penerapan Islam Finance sebagai solusi.

- Nurhidayanti S, Sudarmi, Indah Syamsudin, Fadel & Zulfani Irlilandani. (2024). Pengelolaan Keuangan Generasi Z: Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan. *Journal of economic, bisnis and accounting*. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12541>
- Nurlaili. (2023). Jurnal Ekonomi bisnis dan keuangan syariah. Faktor-faktor penyebab manajemen keuangan kurang baik dalam gen Z pada pinggiran Kota Metro.
- Okky Savira, Mutiara Kemala Ratu. (2024). Millennial vs Gen Z: Determinan Perilaku Keuangan Pada Generasi Muda. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Rana Kinasih. (2024). Money Genius: Seni Kelola Keuangan buat Milenial & Gen Z .Suvei data generasi Z. <https://tegalkab.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDIxIzI=/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Tubagus Prihastomo. (2024). 4 Tips Mengelola Keuangan yg Cocok menggunakan Karakteristik Gen Z. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/4-tips-mengelola-keuangan-yg-cocok-menggunakan-karakteristik-gen-z>
- Wahyuningsih, Erik Kartiko & Yuyun Yuniarti. (2024). Analisis literasi keuangan di kalangan generasi Z. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. <https://jurnalhost.com>
- Yanti Puji Astutie. (2023). Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Literasi keuangan digital untuk menumbuhkan minat investasi pada siswa SMK Negeri 1 Tegal.

Penilaian Tingkat Kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang Tahun 2019-2023

Fitriana Ade Suci Rahayu¹

Universitas Islam Sultan Agung Semarang -¹fitrianaadhe@gmail.com

Abstract- The purpose of this research is to assess the health level of PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang from 2019 to 2023, to examine the development of the company's health level before and after the holding, and to identify the strategies implemented to improve the health level of PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang from 2019 to 2023. This study is categorized as both quantitative and qualitative research. The research sample consists of the financial reports of PT Kawasan Industri Wijayakusuma from 2019 to 2023, and the analytical method used is based on Kepmen 100 of 2002, particularly its financial aspects, and triangulation of data. The results show that in 2019, 2021, 2022, and 2023, the company's health level was categorized as Healthy, while in 2020, it decreased to Fairly Healthy. The effect of the holding on the company's health level can be seen from the stability in its health level after the holding and the increased revenue post-holding. Strategies implemented by PT Kawasan Industri Wijayakusuma to maintain the company's health level include improving infrastructure, monitoring and evaluation, investing in human resources (HR) development, participating in investment forums, and executing Corporate Social and Environmental Responsibility (TJSR) programs.

Keywords: : *Health Level, Kepmen 100 of 2002, and Financial Aspects*

1. PENDAHULUAN

BUMN di Indonesia lahir dari proses alih kepemilikan aset-aset strategis yang sebelumnya dikelola pemerintah kolonial Belanda kepada pemerintah Indonesia setelah kemerdekaan. Proses ini memberikan keistimewaan berupa dukungan penuh dari negara, baik dalam hal modal maupun regulasi. Namun, posisi strategis BUMN sering kali menghadapi tantangan internal, seperti intervensi politik dan pengelolaan yang tidak profesional, yang menyebabkan kinerja sebagian besar BUMN kurang optimal. Selain itu, BUMN juga harus bersaing dengan perusahaan swasta yang lebih gesit dan efisien dalam mengelola sumber daya. Manajemen internal yang kurang efektif, termasuk penerapan prinsip efisiensi dan efektivitas yang lemah, semakin memperbesar tantangan BUMN dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat di pasar domestik dan global. Dengan demikian, untuk memastikan keberlanjutan, diperlukan pengelolaan yang berbasis data dan strategi yang matang, terutama dalam aspek manajerial dan keuangan.

Salah satu cara utama untuk menilai kinerja BUMN adalah melalui analisis laporan keuangan, yang menjadi alat strategis dalam mengukur stabilitas finansial, efisiensi, dan potensi pertumbuhan perusahaan. Di Indonesia, penilaian tingkat kesehatan BUMN diatur melalui Keputusan Menteri BUMN No. KEP 100/MBU/2002, yang menetapkan tiga parameter utama, yaitu aspek keuangan, operasional, dan administrasi. Aspek keuangan memiliki bobot paling besar, dengan fokus pada indikator seperti profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Meskipun demikian, kasus seperti gagal bayar PT Waskita Karya menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang lemah dapat berdampak serius terhadap keberlangsungan perusahaan. Pada tahun 2024, Waskita Karya gagal

membayar kewajiban obligasi sebesar Rp1,36 triliun, meskipun akhirnya perusahaan ini berhasil menghindari kebangkrutan melalui restrukturisasi utang. Kasus ini menegaskan pentingnya tata kelola keuangan yang baik untuk menjaga stabilitas dan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap BUMN.

Selain Waskita Karya, beberapa BUMN lain juga mengalami tantangan serupa, termasuk PT Pembangunan Jaya Ancol (PJAA), yang mencatat penurunan laba signifikan pada kuartal pertama 2024 akibat menurunnya pendapatan usaha dan kelemahan dalam manajemen proyek. Ombudsman RI bahkan menemukan maladministrasi pada proyek-proyek di Ancol, yang mengindikasikan lemahnya tata kelola perusahaan. Dalam hal ini, penelitian terkait penilaian kesehatan BUMN menjadi penting untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan manajerial dan keuangan. Contohnya adalah penelitian terhadap PT Pos Indonesia, PT Telkom Indonesia, dan bank-bank BUMN yang menunjukkan hasil beragam dalam tingkat kesehatan keuangan mereka. Sebagai contoh, meskipun PT Pos Indonesia mencatatkan penurunan pendapatan pada 2021, peningkatan laba bersih menunjukkan bahwa perusahaan masih mampu bertahan. Di sisi lain, penelitian pada PT Telkom Indonesia dan bank-bank BUMN menyoroti pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif untuk menghadapi dinamika persaingan di sektor masing-masing.

Dalam konteks yang lebih spesifik, PT Kawasan Industri Wijayakusuma (KIW) menghadapi tantangan besar dengan peningkatan signifikan liabilitas jangka pendek dan panjang dalam lima tahun terakhir. Dari data laporan keuangan audited tahun 2019 hingga 2023, liabilitas jangka pendek KIW meningkat lebih dari 1.000%, sementara liabilitas jangka panjang naik sebesar 935%. Peningkatan ini menunjukkan tingginya kebutuhan pendanaan, baik untuk operasional maupun pengembangan usaha, namun juga memperbesar risiko likuiditas dan solvabilitas perusahaan. Dalam kondisi ini, penilaian berbasis indikator keuangan seperti solvabilitas, likuiditas, dan profitabilitas menjadi penting untuk mengidentifikasi potensi risiko sejak dulu. Kajian mendalam terhadap tingkat kesehatan keuangan KIW akan membantu perusahaan menentukan langkah strategis untuk memperbaiki struktur modal, menjaga stabilitas operasional, dan meningkatkan daya saing. Penelitian terhadap KIW tidak hanya penting bagi keberlanjutan perusahaan, tetapi juga menjadi gambaran umum bagi BUMN lainnya dalam menghadapi tantangan serupa, terutama di tengah dinamika pasar yang terus berkembang.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana mengukur tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang tahun 2019-2023?
- b. Bagaimana perkembangan tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma sebelum dan sesudah holding?
- c. Bagaimana strategi peningkatan kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma tahun 2019-2023?

Keputusan Menteri BUMN No. KEP-100/MBU/2002 merupakan regulasi yang dirancang untuk mengevaluasi tingkat kesehatan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor jasa keuangan maupun non-jasa keuangan, kecuali Persero Terbuka dan BUMN yang diatur oleh undang-undang khusus. Regulasi ini bertujuan menyediakan metode penilaian objektif terhadap kinerja BUMN berdasarkan indikator keuangan, operasional, dan administrasi. Penilaian dilakukan setiap tahun menggunakan laporan keuangan yang diaudit dengan opini "Wajar Tanpa Pengecualian" atau "Wajar Dengan Pengecualian." Berdasarkan skor total, kesehatan BUMN diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama, yaitu Sehat, Kurang Sehat, dan Tidak Sehat. Regulasi ini juga mewajibkan penerapan metode penilaian serupa pada anak perusahaan BUMN untuk

menjamin konsistensi evaluasi. Hasil penilaian disahkan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) atau oleh Menteri BUMN untuk Perum.

Penilaian aspek keuangan merupakan elemen utama yang mencakup indikator seperti Return on Equity (ROE), Return on Investment (ROI), Rasio Lancar, dan Perputaran Aset. Bobot masing-masing indikator bervariasi antara BUMN infrastruktur dan non-infrastruktur untuk mencerminkan karakteristik operasional yang berbeda. Misalnya, ROE memiliki bobot 15% untuk sektor infrastruktur dan 20% untuk non-infrastruktur, sementara ROI masing-masing 10% dan 15%. Total bobot aspek keuangan adalah 50% untuk sektor infrastruktur dan 70% untuk non-infrastruktur. Penilaian yang akurat terhadap aspek ini membantu memastikan kesehatan finansial perusahaan serta memberikan landasan untuk pengambilan keputusan strategis. Indikator keuangan menjadi tolok ukur utama karena memberikan gambaran terukur tentang kinerja dan stabilitas finansial perusahaan.

Aspek operasional menilai efektivitas kegiatan BUMN melalui indikator seperti pelayanan pelanggan, efisiensi produksi, inovasi produk, serta kepedulian lingkungan. Penilaian dilakukan secara kualitatif dengan kategori seperti "Baik Sekali," "Baik," "Cukup," atau "Kurang," dengan skor yang sesuai bobot masing-masing indikator. Contohnya, perusahaan pelabuhan dinilai berdasarkan waktu pelayanan seperti Turn Round Time dan Waiting Time, sedangkan perusahaan perkebunan dinilai dari produktivitas per hektar. Sementara itu, aspek administrasi mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban administratif, termasuk penyampaian laporan keuangan tahunan, rancangan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP), serta laporan periodik lainnya. Kinerja Program Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) juga menjadi salah satu indikator yang dinilai. Bobot aspek administratif sebesar 15% untuk semua BUMN, baik sektor infrastruktur maupun non-infrastruktur.

Dengan pendekatan komprehensif ini, regulasi Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara No : KEP-100/MBU/2002 mendukung peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan profesionalisme dalam pengelolaan BUMN. Aspek keuangan dipilih sebagai elemen utama karena memberikan pandangan terukur terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, mengelola utang, dan memanfaatkan aset. Hal ini penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Penilaian ini membantu BUMN mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, serta memberikan panduan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing di pasar domestik maupun internasional. Dengan kriteria dan metode yang objektif, regulasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi tetapi juga sebagai panduan strategis untuk pengelolaan perusahaan yang berkelanjutan.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah badan usaha yang modalnya dimiliki oleh negara, baik sebagian maupun seluruhnya, melalui penyertaan kekayaan negara yang dipisahkan. BUMN bertujuan untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional, menyediakan barang dan jasa untuk kepentingan umum, serta menjadi pelopor di sektor strategis yang belum diminati oleh swasta. Selain itu, BUMN juga berperan sebagai sumber pendapatan negara melalui keuntungan yang dihasilkan. Landasan hukum utama BUMN adalah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003, yang mengatur pengelolaan, pengawasan, serta pembentukan BUMN. Peraturan pelaksana lainnya, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2005, mengatur teknis tata kelola dan operasionalisasi BUMN.

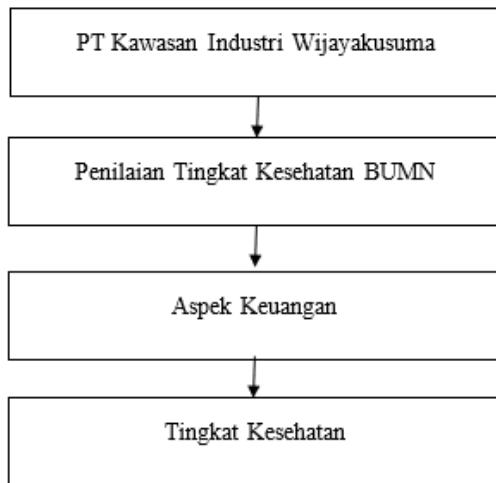
BUMN dibagi menjadi dua jenis utama berdasarkan bentuk dan tujuannya. Pertama, Perusahaan Perseroan (Persero) adalah badan usaha yang bertujuan mengejar keuntungan dengan modal yang sebagian atau seluruhnya dimiliki oleh negara. Kedua, Perusahaan Umum (Perum) adalah badan usaha yang fokus menyediakan barang dan jasa untuk kepentingan umum dengan tetap mengutamakan efisiensi dan pengelolaan yang sehat. Kedua jenis BUMN ini memiliki fungsi saling melengkapi untuk mendukung pembangunan ekonomi sekaligus memberikan pelayanan publik.

Tujuan pendirian BUMN diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003. Salah satu tujuannya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mempercepat pemerataan pembangunan dan menyediakan barang serta jasa dengan harga terjangkau. BUMN juga berperan dalam menciptakan perekonomian yang berkeadilan dengan membantu mengurangi kesenjangan antar wilayah dan kelompok masyarakat. Selain itu, BUMN menjadi pendorong utama dalam pembangunan nasional melalui investasi besar di sektor strategis, seperti infrastruktur, energi, dan industri dasar.

Selain aspek pembangunan, BUMN bertujuan untuk mengelola sumber daya alam secara optimal, dengan efisiensi dan keberlanjutan, serta menjaga kelestarian lingkungan. Dalam kaitannya dengan kemandirian ekonomi, BUMN berperan mengurangi ketergantungan pada pihak asing sekaligus memperkuat posisi Indonesia di pasar global. BUMN juga memiliki kewajiban memberikan layanan publik, terutama dalam penyediaan barang dan jasa esensial untuk masyarakat. Selain itu, BUMN diharapkan dapat meningkatkan daya saing nasional melalui inovasi dan pengembangan teknologi yang mendorong kemajuan industri dan perekonomian negara. Akhirnya, BUMN berfungsi menghasilkan keuntungan bagi negara, baik melalui dividen maupun pajak, yang menjadi sumber pembiayaan pembangunan nasional.

Dari penelitian-penelitian terdahulu yang membahas penilaian tingkat kesehatan BUMN berdasarkan aspek keuangan, dapat disimpulkan bahwa penilaian kesehatan keuangan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan yang tepat sangat penting untuk mengukur kinerja dan stabilitas perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut memberikan dasar yang kuat untuk melakukan analisis serupa pada PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang, dengan mengadaptasi metode yang telah terbukti efektif dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan BUMN. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi keuangan PT Kawasan Industri Wijayakusuma dan membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan yang lebih baik. Agar lebih mudah memahami pola pemikiran penelitian ini, maka kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Penelitian



Menghitung Skor Penilaian dari masing-masing indikator aspek keuangan. Indikator yang digunakan sesuai KEP-100/MBU/2002 yang terdiri atas:.

Peneliti menggunakan indikator kualitas kehidupan kerja menurut (Pratiwi dan Sulistiyani, 2021) yaitu:

1. Imbalan Kepada Pemegang saham (ROE), Rumus indikator ini adalah sebagai berikut

$$ROE = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Modal\ Sendiri} \times 100\%$$

2. Imbalan Investasi (ROI) , Rumus indikator ini adalah sebagai berikut:

$$ROI = \frac{Laba\ sebelum\ bunga\ dan\ pajak\ +\ penyusutan}{Total\ Asset\ -\ Asset\ dalam\ proses\ penggerjaan} \times 100\%$$

3. Cash Ratio (CR), Rumus indikator ini adalah sebagai berikut:

$$CR = \frac{kas\ +\ Bank\ +\ Surat\ berharga\ jangka\ pendek}{Hutang\ jangka\ pendek} \times 100\%$$

4. Current Ratio, Rumus indikator ini adalah sebagai berikut:

$$Current\ Ratio = \frac{Aset\ Lancar}{Hutang\ jangka\ pendek} \times 100\%$$

5. Collection Periods (CP), Rumus indikator ini adalah sebagai berikut:

$$CP = \frac{Total\ Piutang\ Usaha}{Total\ Pendapatan\ Usaha} \times 100\%$$

6. Perputaran Persediaan (PP), Rumus indikator ini adalah sebagai berikut:

$$PP = \frac{Total\ Persediaan}{Total\ Pendapatan\ Usaha} \times 100\%$$

7. TATO (Perputaran total Aset) , Rumus indikator ini adalah sebagai berikut:

$$TATO = \frac{Total\ Pendapatan}{Total\ Asset\ -\ Asset\ dalam\ penggerjaan} \times 100\%$$

8. Rasio total modal sendiri terhadap total aset (TMS to TA), Rumus indikator ini adalah sebagai berikut:

$$TMS\ to\ TA = \frac{Total\ Modal\ Sendiri}{Total\ Asset} \times 100\%$$

Sedangkan Perhitungan penilaian Tingkat Kesehatan dihitung berdasarkan poin berikut:

1. Imbalan kepada Pemegang Saham (ROE)

20%: Skor 15 (Imbalan tertinggi).
 15% - 20%: Skor 12 (Imbalan cukup baik).
 10% - 14%: Skor 10 (Cukup baik).
 5% - 9%: Skor 8 (Kurang baik).
 <5%: Skor 5 (Rendah).
 Negatif / Tidak ada laba: Skor 0.

2. Imbalan Investasi (ROI)

20%: Skor 10 (Sangat baik).
 15% - 20%: Skor 8 (Baik).
 10% - 14%: Skor 6 (Cukup baik).
 5% - 9%: Skor 4 (Kurang baik).
 <5%: Skor 2 (Rendah).
 Negatif / Tidak ada laba: Skor 0.

3. Rasio Kas

1.5: Skor 3 (Sangat baik).
 1.0 - 1.5: Skor 2 (Baik).
 0.5 - 0.9: Skor 1 (Kurang baik).
 <0.5: Skor 0 (Sangat buruk).

4. Rasio Lancar

2.0: Skor 4 (Sangat baik).
 1.5 - 2.0: Skor 3 (Baik).
 1.0 - 1.4: Skor 2 (Cukup).

- 0.5 - 0.9: Skor 1 (Rendah).
<0.5: Skor 0 (Sangat rendah).
5. Collection Periods
<30 hari: Skor 4 (Sangat efisien).
30 - 60 hari: Skor 3 (Efisien).
60 - 90 hari: Skor 2 (Cukup efisien).
90 - 120 hari: Skor 1 (Kurang efisien).
120 hari: Skor 0 (Sangat tidak efisien).
6. Perputaran Persediaan
10 kali: Skor 4 (Sangat efisien).
7 - 10 kali: Skor 3 (Efisien).
5 - 7 kali: Skor 2 (Cukup efisien).
3 - 5 kali: Skor 1 (Kurang efisien).
<3 kali: Skor 0 (Sangat tidak efisien).
7. Perputaran Total Aset
2.5 kali: Skor 4 (Sangat efisien).
1.5 - 2.5 kali: Skor 3 (Efisien).
1.0 - 1.4 kali: Skor 2 (Cukup efisien).
0.5 - 0.9 kali: Skor 1 (Kurang efisien).
<0.5 kali: Skor 0 (Sangat tidak efisien).
8. Rasio Modal Sendiri terhadap Total Aktiva
50%: Skor 6 (Sangat bergantung pada modal sendiri).
40% - 50%: Skor 5 (Cukup bergantung pada modal sendiri).
30% - 39%: Skor 4 (Modal sendiri cukup).
20% - 29%: Skor 3 (Cukup bergantung pada utang).
10% - 19%: Skor 2 (Sangat bergantung pada utang).
5% - 9%: Skor 1 (Hampir seluruhnya bergantung pada utang).
<5%: Skor 0 (Sangat bergantung pada utang).

Penentuan Tingkat Kesehatan Berdasarkan Total Skor (TS)

- a. Sehat
AAA: $TS > 47,5$.
AA: $40 < TS \leq 47,5$.
A: $32,5 < TS \leq 40$.
- b. Kurang Sehat
BBB: $25 < TS \leq 32,5$.
BB: $20 < TS \leq 25$.
B: $15 < TS \leq 20$.
- c. Tidak Sehat
CCC: $10 < TS \leq 15$.
CC: $5 < TS \leq 10$.
C: $TS \leq 5$.

2. METODE

Populasi pada penelitian ini adalah laporan keuangan PT Kawasan Industri Wijayakusuma tahun 2019 hingga 2023, Teknik sampling menggunakan sampel jenuh yakni mengambil seluruh populasi sebagai sampel, Teknik Analisa data mengikuti Kepmen 100 tahun 2002 dan mengikuti kategori penggolongan sesuai kriteria yang tercantum pada peraturan tersebut, Penelitian ini juga menggunakan metode Analisa trianggulasi untuk memenuhi kebutuhan pencarian informasi terkait strategi yang dilakukan PT Kawasan Industri Wijayakusuma untuk menjaga Tingkat Kesehatan Perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

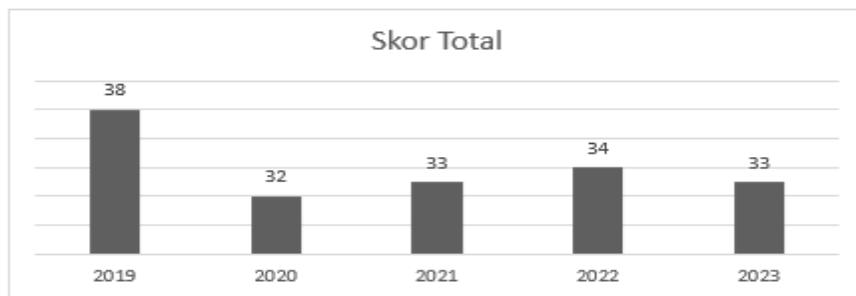
Hasil Penelitian

PT Kawasan Industri Wijayakusuma (PT KIW), didirikan pada 1988 dengan nama awal PT Kawasan Industri Cilacap, fokus pada pengelolaan kawasan industri di Cilacap. Pada 1998, perusahaan mengubah nama menjadi PT Kawasan Industri Wijayakusuma dan memindahkan operasional ke Semarang untuk memperluas cakupan bisnis. Sebagai pengelola kawasan industri, PT KIW mendukung pembangunan ekonomi melalui penyediaan lahan, infrastruktur, dan fasilitas pendukung, menciptakan iklim investasi yang kondusif. Pada 2022, PT KIW menjadi bagian dari holding PT Danareksa (Persero), memperkuat daya saing dan membuka peluang bisnis berskala nasional maupun internasional.

Visinya adalah menjadi pengembang dan pengelola kawasan industri, properti, dan bisnis yang andal dan modern. Struktur organisasi PT KIW terdiri dari President Director yang memimpin strategi perusahaan, Direktur Finance & Risk yang mengelola keuangan, dan Director of Operations yang memastikan kelancaran operasional. Divisi lainnya, seperti Corporate Secretary, Internal Audit, dan Business Development, mendukung fungsi hukum, pengawasan, dan pengembangan bisnis. Selain itu, ada divisi khusus untuk pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen risiko. Dengan struktur yang terintegrasi, PT KIW berkomitmen menjaga harmoni sosial, kelestarian lingkungan, serta memberikan kontribusi pada perekonomian daerah dan nasional.

Pembahasan

Tingkat Kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma tahun 2019 hingga 2023



Pada tahun 2019, perusahaan mencatat laba setelah pajak sebesar Rp35,52 miliar dengan modal sendiri Rp25,86 miliar. Laba sebelum bunga dan pajak mencapai Rp74,21 miliar, dengan total aset sebesar Rp360,71 miliar. Rasio ROE (Return on Equity) mencapai 137%, menunjukkan efisiensi penggunaan ekuitas perusahaan. ROI (Return on Investment) sebesar 21% menunjukkan tingkat pengembalian investasi yang sehat. Current ratio (ratio lancar) berada di angka 2,31, yang berarti perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar. Berdasarkan skor total 38, perusahaan dinilai berada dalam kategori A (Sehat).

Tahun 2020 menjadi tahun dengan penurunan laba setelah pajak menjadi Rp24,22 miliar dan laba sebelum bunga dan pajak sebesar Rp28,62 miliar. Total aset meningkat menjadi Rp389,56 miliar, sementara modal sendiri tetap di angka Rp25,86 miliar. ROE mengalami penurunan menjadi 94%, sedangkan ROI turun menjadi 7%. Rasio lancar sedikit meningkat menjadi 2,48, menandakan perusahaan tetap likuid meskipun profitabilitas menurun. Dengan total skor 32, tingkat kesehatan perusahaan berada di kategori BBB (Cukup Sehat).

Pada tahun 2021, perusahaan menunjukkan pemulihan dengan laba setelah pajak naik signifikan menjadi Rp69,75 miliar dan laba sebelum bunga dan pajak mencapai Rp120,68 miliar. Modal sendiri meningkat menjadi Rp89,48 miliar, sementara total aset melonjak drastis menjadi Rp1,98 triliun, mencerminkan ekspansi bisnis yang besar. ROE

berada di angka 78%, ROI 8%, dan current ratio 6,93, menunjukkan perusahaan sangat likuid dan dapat mengelola kewajiban jangka pendek dengan baik. Berdasarkan total skor 33, perusahaan kembali berada dalam kategori A (Sehat).

Tahun 2022 mencatat kinerja yang lebih kuat, dengan laba setelah pajak mencapai Rp131,64 miliar dan laba sebelum bunga dan pajak Rp140,72 miliar. Total aset perusahaan naik menjadi Rp2,23 triliun, sementara modal sendiri tetap di angka Rp89,48 miliar. Rasio profitabilitas ROE naik menjadi 147%, ROI tetap di 8%, dan current ratio sedikit menurun menjadi 3,10. Peningkatan signifikan pada skor total 34 menunjukkan perusahaan tetap berada di kategori A (Sehat).

Pada tahun 2023, perusahaan mencatat laba setelah pajak tertinggi selama lima tahun sebesar Rp287,91 miliar dengan laba sebelum bunga dan pajak mencapai Rp337,19 miliar. Total aset naik signifikan menjadi Rp3,15 triliun, didukung oleh peningkatan modal sendiri sebesar Rp89,48 miliar. ROE melonjak tajam ke 322%, ROI ke 13%, meskipun current ratio turun menjadi 1,71. Perusahaan tetap menunjukkan tingkat kesehatan yang sangat baik dengan skor total 33, mempertahankan kategori A (Sehat).

Berdasarkan analisis dari tahun 2019 hingga 2023, tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang menunjukkan fluktuasi dengan tren yang cenderung positif. Tahun 2019, 2021, 2022, dan 2023 mencatat perusahaan dalam kategori A (Sehat), sementara tahun 2020 berada di kategori BBB (Cukup Sehat) akibat penurunan laba dan profitabilitas. Pengukuran tingkat kesehatan ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjaga kinerja keuangannya dengan baik, meskipun terdapat tantangan pada tahun 2020. Secara keseluruhan, perusahaan dapat dikategorikan sebagai entitas yang sehat secara finansial dan memiliki daya tahan terhadap dinamika bisnis..

Perbandingan Tingkat Kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang Sebelum dan Setelah Holding dengan PT Danareksa (Persero)

Pada tahun 2022, PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang resmi bergabung dalam holding yang dipimpin oleh PT Danareksa (Persero) sebagai bagian dari transformasi strategis untuk memperkuat daya saing Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Langkah ini diambil guna meningkatkan efisiensi, memperluas jaringan bisnis, serta memperkuat ekosistem industri nasional. Holding ini diharapkan mampu memberikan manfaat sinergis melalui pengelolaan sumber daya yang lebih terintegrasi, optimalisasi aset, serta peningkatan kinerja keuangan perusahaan anggota holding, termasuk PT Kawasan Industri Wijayakusuma (Kementerian BUMN, 2022)

PT Kawasan Industri Wijayakusuma (KIW) menjalani perubahan signifikan pada tahun 2022 dengan bergabung ke dalam holding bersama PT Danareksa (Persero). Holding ini dilakukan sebagai upaya meningkatkan efisiensi, daya saing, serta memperkuat posisi perusahaan di sektor industri nasional. Untuk memahami dampak dari proses holding ini terhadap tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma, analisis dilakukan dengan membandingkan kinerja keuangan dan tingkat kesehatan perusahaan sebelum dan setelah holding, berdasarkan metode Kep. Men. BUMN No. 100 Tahun 2002

Sebelum holding, pada periode 2019-2021, tingkat kesehatan Kawasan Industri Wijayakusuma menunjukkan fluktuasi namun tetap dalam kategori sehat pada dua dari tiga tahun tersebut. Pada tahun 2019, skor total yang diperoleh adalah 38 dengan tingkat kesehatan A (Sehat). Kinerja ini didukung oleh Return on Equity (ROE) sebesar 137% yang mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari modal yang dimiliki. Meskipun rasio likuiditas (Current Ratio) masih rendah, yaitu 2,31, perusahaan mampu mempertahankan efisiensi dan stabilitas operasionalnya. Namun, pada tahun 2020, terjadi penurunan signifikan dalam skor total

menjadi 32, mengakibatkan penurunan tingkat kesehatan menjadi BBB (Cukup Sehat). Penurunan ini terutama disebabkan oleh melemahnya profitabilitas, di mana ROE turun menjadi 94%, disertai oleh ROI (Return on Investment) yang hanya sebesar 7%. Likuiditas juga mengalami sedikit pelemahan dengan Current Ratio sebesar 2,48. Kondisi ini mengindikasikan dampak dari tekanan eksternal yang mungkin disebabkan oleh pandemi COVID-19, yang memengaruhi hampir semua sektor ekonomi.

Pada tahun 2021, perusahaan menunjukkan tanda-tanda pemulihan dengan skor total meningkat menjadi 33 dan kembali ke kategori A (Sehat). Peningkatan ini didukung oleh ROE sebesar 78% dan Current Ratio yang membaik signifikan menjadi 4,87. Total aset perusahaan juga meningkat drastis mencapai Rp1,98 triliun, yang menunjukkan adanya ekspansi aset. Meskipun demikian, rasio perputaran aset (TATO) sedikit melemah menjadi 21%, mencerminkan efisiensi operasional yang masih perlu ditingkatkan.

Setelah holding dengan PT Danareksa (Persero) pada tahun 2022, dampak positif langsung terlihat pada kinerja keuangan dan tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma. Skor total meningkat menjadi 34, yang mempertahankan perusahaan dalam kategori A (Sehat). Salah satu indikator utama keberhasilan holding ini adalah kenaikan signifikan pada laba setelah pajak yang mencapai Rp131,6 miliar, meningkat lebih dari 88% dibandingkan tahun sebelumnya. Total aset perusahaan juga mengalami lonjakan menjadi Rp2,23 triliun, didukung oleh aset dalam proses penggeraan yang mencapai Rp440,5 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa holding memungkinkan perusahaan untuk mengakses sumber daya dan pendanaan yang lebih besar, sehingga mendorong ekspansi dan peningkatan kapasitas operasional.

Pada aspek profitabilitas, ROE meningkat signifikan menjadi 147%, mencerminkan keberhasilan holding dalam meningkatkan efisiensi pemanfaatan modal. ROI juga tetap stabil pada 8%, menunjukkan bahwa investasi yang dilakukan oleh perusahaan terus memberikan hasil yang positif. Selain itu, rasio likuiditas (Current Ratio) berada pada angka 2,59, yang meskipun lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya, masih mencerminkan likuiditas yang sehat. Penurunan kecil ini dapat diasosiasikan dengan alokasi modal kerja yang lebih besar untuk mendukung proyek-proyek strategis pasca-holding.

Selanjutnya, pada tahun 2023, kinerja perusahaan tetap kuat dengan skor total sebesar 33 dan tingkat kesehatan tetap berada dalam kategori A (Sehat). Laba setelah pajak melonjak drastis menjadi Rp287,9 miliar, hampir dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Total aset perusahaan juga terus meningkat menjadi Rp3,15 triliun, didorong oleh peningkatan investasi dalam bentuk surat berharga jangka pendek dan penurunan utang jangka pendek menjadi Rp593,9 miliar. Indikator profitabilitas seperti ROE dan ROI juga mencatat perbaikan, masing-masing menjadi 322% dan 13%, yang menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memanfaatkan sinergi dari holding untuk meningkatkan nilai pemegang saham.

Namun, rasio likuiditas pada tahun 2023 sedikit menurun dibandingkan tahun sebelumnya, dengan Current Ratio sebesar 1,09. Penurunan ini mencerminkan adanya alokasi dana yang signifikan untuk mendanai pengembangan proyek-proyek baru. Selain itu, rasio efisiensi operasional, seperti perputaran aset (TATO), juga mengalami sedikit penurunan menjadi 31%. Meskipun demikian, stabilitas keuangan perusahaan tetap terjaga, dan peningkatan laba serta aset menunjukkan dampak positif dari holding yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, perbandingan sebelum dan setelah holding menunjukkan bahwa holding dengan PT Danareksa (Persero) memberikan efek yang sangat positif terhadap tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma. Sebelum holding, perusahaan menghadapi fluktuasi kinerja dengan penurunan ke kategori Cukup Sehat pada tahun 2020. Namun, setelah holding, kinerja keuangan perusahaan secara

konsisten berada pada kategori A (Sehat) dengan skor total yang stabil dan peningkatan signifikan dalam profitabilitas serta total aset. Sinergi yang dihasilkan dari holding memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas kapasitas, dan memperkuat daya saing di pasar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses holding memberikan dampak yang sangat positif terhadap kesehatan keuangan dan operasional PT Kawasan Industri Wijayakusuma. Hal ini mencerminkan pentingnya sinergi strategis dalam holding untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang

Strategi Peningkatan Kesehatan Perusahaan PT Kawasan Industri Wijayakusuma (KIW) 2019–2023

PT Kawasan Industri Wijayakusuma (KIW) menerapkan berbagai strategi untuk menjaga keberlanjutan operasional dan memperkuat daya saing. Strategi ini mencakup peningkatan infrastruktur, pengelolaan SDM, monitoring dan evaluasi, partisipasi dalam forum investasi, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL).

1. Peningkatan Infrastruktur dan Fasilitas

KIW berfokus pada peningkatan infrastruktur untuk menciptakan lingkungan operasional yang efisien dan nyaman. Contohnya adalah renovasi Masjid Baitussalam dan jalan menuju Gate 1 pada 2023. Infrastruktur yang lebih baik tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga daya tarik kawasan industri bagi investor. Menurut penelitian, investasi pada fasilitas modern dapat memperpanjang umur kawasan industri dan meningkatkan kinerja finansial jangka panjang.

2. Monitoring dan Evaluasi

Pada 29 Agustus 2023, KIW bersama Kementerian BUMN dan PT Danareksa (Persero) mengadakan kunjungan lapangan untuk mengevaluasi proyek yang sedang berjalan. Monitoring rutin memungkinkan identifikasi masalah sejak dini, pengelolaan risiko, dan pengambilan keputusan strategis berbasis data. Evaluasi ini juga memperkuat akuntabilitas perusahaan terhadap stakeholder.

3. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

KIW menempatkan pengembangan SDM sebagai prioritas untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Pada 2023, dilakukan pelantikan direktur di anak perusahaan PT Putra Wijayakusuma Sakti guna memperkuat manajemen. Selain itu, pelatihan dan pengembangan kepemimpinan dilakukan untuk memastikan kesiapan tenaga kerja menghadapi perubahan teknologi dan pasar.

4. Partisipasi dalam Forum Investasi

KIW aktif mempromosikan kawasan industri melalui forum seperti Central Java Investment Business Forum 2023. Partisipasi ini bertujuan menarik investasi, memperkuat hubungan dengan stakeholder, dan memperluas jaringan bisnis. Forum ini juga menjadi platform strategis untuk memasarkan potensi kawasan industri kepada investor global dan lokal.

5. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)

KIW melaksanakan program TJSL seperti pembangunan asrama Yayasan Darul Karim dan jamban bersih di Kelurahan Randugarut. Program ini mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar, memperkuat hubungan sosial, dan menjaga stabilitas kawasan industri. TJSL juga membantu meningkatkan reputasi perusahaan, membangun kepercayaan publik, dan menciptakan citra perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penjabaran hasil penelitian yang telah lalu maka dapat disimpulkan poin-poin sebagai berikut:

1. Tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma pertahun adalah sebagai berikut:

- a. Skor tingkat kesehatan PT KIW 2019 berdasarkan aspek keuangan memperoleh nilai 38 atau kategori A (Sehat)
 - b. Skor tingkat kesehatan PT KIW 2020 berdasarkan aspek keuangan memperoleh nilai 32 atau kategori BBB (Cukup Sehat)
 - c. Skor tingkat kesehatan PT KIW 2021 berdasarkan aspek keuangan memperoleh nilai 33 atau kategori A (Sehat)
 - d. Skor tingkat kesehatan PT KIW 2022 berdasarkan aspek keuangan memperoleh nilai 34 atau kategori A (Sehat)
 - e. Skor tingkat kesehatan PT KIW 2023 berdasarkan aspek keuangan memperoleh nilai 33 atau kategori A (Sehat)
2. Perbandingan tingkat Kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma sebelum dan sesudah Holding dengan PT Danareksa (Persero) adalah sebagai berikut:
 - a. Kategori tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma 2019-2021 secara umum adalah A (Sehat). Fluktuasi tertinggi dengan nilai 38 pada tahun 2019 memperoleh predikat A (Sehat) dan terendah pada tahun 2020 dengan nilai 32 memperoleh predikat BBB (Cukup sehat)
 - b. Kategori tingkat kesehatan PT Kawasan Industri Wijayakusuma 2022 hingga 2023 masuk dalam kategori sehat dengan nilai terendah pada tahun 2023 sebesar 33 (Sehat) dan tertinggi 2022 sebesar 34 (Sehat)
 3. Strategi Peningkatan Kesehatan Perusahaan PT Kawasan Industri Wijayakusuma selama tahun 2019 hingga 2023 antara lain:
 - a. Peningkatan infrastruktur memperkuat daya saing PT Kawasan Industri Wijayakusuma dengan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan efisien, menarik investor, dan mendukung produktivitas. Fasilitas modern meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat citra perusahaan, serta menciptakan peluang investasi yang berdampak positif terhadap kinerja keuangan dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan.
 - b. Monitoring dan evaluasi berkala mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data, mengurangi risiko, dan memperkuat hubungan dengan stakeholder. Strategi ini memastikan adaptasi perusahaan terhadap perubahan pasar, memperkuat transparansi, serta mendukung efektivitas implementasi kebijakan untuk menjaga stabilitas operasional dan pertumbuhan perusahaan.
 - c. Investasi dalam pengembangan SDM menciptakan tenaga kerja kompeten, mendukung inovasi, dan meningkatkan produktivitas. Penunjukan pemimpin berkualitas memperkuat manajemen, mengoptimalkan adaptasi perusahaan terhadap tantangan industri, serta membangun budaya organisasi yang sehat guna memastikan keberlanjutan daya saing dan kinerja jangka panjang.
 - d. Partisipasi dalam forum investasi memperluas jejaring bisnis dan meningkatkan profil perusahaan. Strategi ini memudahkan pengenalan potensi kawasan industri kepada calon investor, memperkuat kemitraan, serta membuka peluang investasi baru yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.
 - e. Program TJS memperkuat hubungan dengan masyarakat, menciptakan citra positif, dan mendukung keberlanjutan sosial. Dengan menunjukkan tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat, TJS meningkatkan kepercayaan stakeholder, memperlancar regulasi, serta mendukung stabilitas sosial yang esensial bagi pengembangan kawasan industri dan keberlanjutan perusahaan

Penelitian ini memiliki beberapa batasan pada pelaksanaan penelitian antara lain:

1. Sampel penelitian terbatas pada pengamatan laporan keuangan 2 (dua) tahun sebelum dan setelah holding, hal ini mengakibatkan penelitian ini tidak dapat menjelaskan secara konkret dampak holding untuk jangka panjang Perusahaan
2. Evaluasi hanya berfokus pada aspek keuangan yang terjadi akibat kurangnya sumber informasi pada aspek penilaian administrasi dan operasional.
3. Metode penelitian hanya berfokus pada Kep. Men. BUMN No. 100 tahun 2002 sehingga tidak dapat membandingkan tingkat kesehatan menurut sudut pandang lain

Saran untuk penelitian kedepan agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengamati laporan keuangan dalam periode yang lebih panjang, misalnya 5–10 tahun sebelum dan setelah holding, sehingga dapat mengevaluasi dampak holding terhadap kinerja jangka panjang perusahaan.
2. Penelitian berikutnya sebaiknya mencakup evaluasi aspek administrasi dan operasional selain keuangan, dengan mengumpulkan data melalui wawancara atau survei pada pihak internal perusahaan guna mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh.
3. Untuk memperkaya analisis, disarankan menggunakan metode lain selain Kep. Men. BUMN No. 100 tahun 2002, seperti *Balanced Scorecard* atau metode lain yang relevan, sehingga tingkat kesehatan perusahaan dapat dianalisis dari berbagai perspektif strategis.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisnis.com. (2024, Mei 16). BUMN Waskita Karya (WSKT) gagal bayar utang obligasi Rp1,36 triliun. Diakses pada 19 Desember 2024, dari <https://market.bisnis.com/read/20240516/192/1765881/bumn-waskita-karya-wskt-gagal-bayar-utang-obligasi-rp136-triliun>
- CNN Indonesia. (2024, Agustus 24). Pengadilan loloskan Waskita Karya dari gugatan pailit. Diakses pada 19 Desember 2024, diakses dari web <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230824093917-92989837/pengadilan-loloskan-waskita-karya-dari-gugatan-pailit>
- Kementerian Badan Usaha Milik Negara. (2002). Keputusan Menteri BUMN No. KEP-100/MBU/2002 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan BUMN. Jakarta: Kementerian BUMN.
- Kementerian BUMN. (2022). PT Kawasan Industri Wijayakusuma Semarang bergabung dalam holding yang dipimpin PT Danareksa (Persero) sebagai bagian dari transformasi strategis. Kementerian BUMN.
- Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara No: KEP-100/MBU/2002. (2002). Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor KEP-100/MBU/2002 tentang Pedoman Umum Pengelolaan Badan Usaha Milik Negara. <https://www.bumn.go.id/>
- KIW. (2023). Laporan tahunan PT Kawasan Industri Wijayakusuma 2023. PT Kawasan Industri Wijayakusuma.
- Muhamad, A., Sofiani, V., & Suherman, A. (2022). Analisis penilaian tingkat kesehatan BUMN berdasarkan aspek keuangan pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk tahun 2016–2020. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 526-534.
- Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2005 tentang Pendirian, Pengelolaan, Pengawasan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Negara. (2005). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2005 tentang Pendirian,

- Pengelolaan, Pengawasan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Negara. <https://peraturan.bpk.go.id/>
- PT Kawasan Industri Wijayakusuma. (n.d.). Home. Kawasan Industri Wijayakusuma. <https://kiw.co.id/>
- Sugiono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-12). Alfabeta.
- Tempo.co. (2024). Kolom: Buruknya Tata Kelola BUMN. Diakses pada 19 Desember 2024, dari <https://www.tempo.co/kolom/kolom-buruknya-tata-kelola-bumn-823436>
- Times Indonesia. (2024). BUMN dan Praktik Patronase. Diakses pada 19 Desember 2024, dari <https://timesindonesia.co.id/kopi-times/509999/bumn-dan-praktik-patronase>
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara. (2003). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara. <https://peraturan.bpk.go.id/>

Analisis Peran Platform Digital dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran dan Penjualan UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang

Shella¹, Elisa², Everlin³, Shelia⁴, Zona Kharisma Sinta⁵

STIE Pembangunan Tanjungpinang ⁻¹celatan01@gmail.com

⁻²sekretariat@stie-pembangunan.ac.id

⁻³everlin@gmail.com

⁻⁴shelia@gmail.com

⁻⁵kharisma@gmail.com

Abstrak— This study aims to analyze the role of digital platforms in enhancing marketing strategies and sales of MSMEs in Tepi Laut Tanjungpinang. The research employs a qualitative method with a direct interview approach. The study focuses on five MSMEs: Pisang Kembung Viral, Corndog Tarik Lumer, MK Dimsum, Teh Tarik Malaysia Brother, and Es Jeruk Kiamboy. Interviews were conducted on March 2, 2025, to gather insights into digital marketing strategies and the adoption of digital payment systems, particularly QRIS. The findings indicate that most MSMEs have utilized social media platforms like Instagram, but their usage remains limited. Some MSMEs have adopted QRIS, yet its effectiveness varies depending on customer habits in conducting cashless transactions. The study concludes that digital platforms hold significant potential for improving marketing and sales performance among MSMEs. However, more optimal strategies are needed to maximize their utilization. MSMEs should actively manage social media, enhance customer awareness of digital payments, and collaborate with online food delivery platforms to expand market reach.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Social Media, QRIS, Sales Strategy

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis (Ardiansyah, 2023). Salah satu sektor yang merasakan dampak positif dari kemajuan teknologi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran dan penjualan yang lebih efektif dan efisien guna meningkatkan daya saing mereka (Hutasoit *et al.*, 2024). Digitalisasi telah membuka peluang baru bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar mereka melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, marketplace, serta aplikasi berbasis teknologi (Godwin *et al.*, 2024). Strategi pemasaran dan penjualan dalam UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik pelanggan dan memperkuat keberlanjutan usaha (Malik *et al.*, 2024). Pemasaran tradisional yang mengandalkan metode konvensional seperti pemasangan spanduk, brosur, serta promosi dari mulut ke mulut masih digunakan oleh beberapa pelaku UMKM (Sari *et al.*, 2024). Namun, keterbatasan metode ini dalam menjangkau pasar yang lebih luas menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, penggunaan platform digital semakin menjadi pilihan utama dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Platform digital memberikan berbagai keuntungan bagi UMKM dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka (Sifwah *et al.*, 2024). Dengan memanfaatkan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok*, UMKM dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Selain itu, kehadiran *marketplace* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *GrabFood* memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka secara lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik, sehingga mengurangi biaya operasional yang harus dikeluarkan (Trulline, 2021). Selain itu, penggunaan strategi pemasaran berbasis digital juga memungkinkan UMKM untuk lebih mudah mengelola hubungan dengan pelanggan (Talib & Sari, 2024). Fitur interaktif yang ditawarkan oleh media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, memberikan respon cepat terhadap pertanyaan atau keluhan, serta membangun loyalitas pelanggan melalui berbagai program promosi dan diskon khusus (Rusdianto, 2024).

Platform digital merupakan teknologi berbasis internet yang memungkinkan individu dan bisnis untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan melakukan transaksi secara efisien (Saputra *et al.*, 2023). Menurut Laudon dalam Juhana (2024) *platform* digital mencakup berbagai media, termasuk situs web, aplikasi *e-commerce*, dan media sosial, yang memfasilitasi komunikasi serta aktivitas ekonomi. Dalam UMKM, pemanfaatan platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Istiqomah, 2023).

Strategi pemasaran adalah serangkaian rencana dan tindakan yang dirancang untuk menarik pelanggan serta meningkatkan kesadaran terhadap suatu produk atau layanan. Menurut Kotler dan Keller dalam Syafitri & Nur (2024) strategi pemasaran mencakup *segmentasi, targeting, dan positioning* (STP), serta bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Dalam era digital, strategi pemasaran mengalami transformasi dengan pemanfaatan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan pemasaran berbasis data guna meningkatkan efektivitas komunikasi dan jangkauan pasar (Rifaldi *et al.*, 2025).

Penjualan merupakan proses transaksi yang melibatkan pertukaran barang atau jasa dengan nilai tertentu. Menurut Hapsara *et al.*, (2023) penjualan tidak hanya berkaitan dengan pertukaran ekonomi, tetapi juga melibatkan upaya membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Strategi penjualan dapat ditingkatkan melalui penggunaan *e-commerce*, pembayaran digital seperti QRIS, serta integrasi dengan platform layanan pengantaran makanan. Penggunaan teknologi dalam proses penjualan memungkinkan UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih praktis bagi pelanggan (Prahendratno, Aulia, Erwin, Setiawan, & Rijal, 2023).

Di berbagai daerah di Indonesia, transformasi digital telah membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, tidak semua UMKM mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini (Godwin *et al.*, 2024). Beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi digital antara lain adalah keterbatasan sumber daya manusia yang paham akan teknologi, kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, serta keterbatasan akses terhadap perangkat dan infrastruktur yang memadai. Kondisi serupa juga terjadi pada UMKM yang beroperasi di kawasan Tepi Laut Tanjungpinang. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu destinasi kuliner yang menawarkan berbagai makanan dan minuman khas lokal yang dikelola oleh UMKM setempat. Dengan konsep street food, kawasan ini menarik banyak pengunjung, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Keberadaan UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang tidak hanya berperan dalam mendukung perekonomian lokal tetapi juga dalam melestarikan kuliner tradisional Kepulauan Riau.

Kondisi serupa juga terjadi pada UMKM yang beroperasi di kawasan Tepi Laut Tanjungpinang. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu destinasi kuliner yang menawarkan berbagai makanan dan minuman khas lokal yang dikelola oleh UMKM setempat. Dengan konsep street food, kawasan ini menarik banyak pengunjung, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Keberadaan UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang tidak hanya berperan dalam mendukung perekonomian lokal tetapi juga dalam melestarikan kuliner tradisional Kepulauan Riau. Meskipun memiliki potensi besar dalam industri kuliner, UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang masih menghadapi berbagai tantangan dalam memanfaatkan platform digital sebagai alat pemasaran dan penjualan. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode promosi konvensional, seperti rekomendasi dari pelanggan dan pemasangan spanduk di lokasi usaha mereka. Minimnya pemanfaatan media sosial dan marketplace menyebabkan mereka kehilangan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama di kalangan wisatawan yang mencari informasi melalui internet sebelum mengunjungi suatu tempat.

Kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital juga menjadi kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di kawasan ini. Beberapa UMKM belum memahami bagaimana cara mengelola akun media sosial secara efektif, membuat konten pemasaran yang menarik, atau menggunakan fitur iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan promosi mereka. Selain itu, akses terhadap pelatihan dan pendampingan terkait digital marketing masih terbatas, sehingga banyak pelaku usaha yang merasa kesulitan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Selain kendala dalam pemanfaatan media sosial, sebagian besar UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang juga mengalami kesulitan dalam mengintegrasikan sistem pembayaran digital. Meskipun layanan seperti QRIS, GoPay, dan OVO semakin populer, banyak pelaku usaha yang masih lebih nyaman dengan

metode pembayaran tunai. Hal ini disebabkan oleh kurangnya edukasi mengenai manfaat sistem pembayaran digital serta keterbatasan infrastruktur yang mendukung transaksi non-tunai.

Di sisi lain, kurangnya pemahaman tentang strategi konten digital juga menjadi hambatan. Banyak UMKM yang hanya memposting foto produk tanpa strategi konten yang jelas, sehingga sulit menarik perhatian pelanggan potensial. Padahal, penggunaan foto berkualitas tinggi, caption menarik, serta interaksi aktif dengan pelanggan dapat meningkatkan engagement dan mendorong penjualan secara signifikan. Tantangan lainnya adalah rendahnya kesadaran akan pentingnya brand positioning dalam pemasaran digital. Banyak UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang yang belum memahami bagaimana membangun identitas merek yang kuat di platform digital. Tanpa branding yang jelas, usaha mereka sulit untuk menonjol di antara pesaing yang semakin banyak menggunakan strategi pemasaran digital.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan upaya bersama dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, komunitas UMKM, serta platform digital dalam menyediakan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha. Dengan edukasi yang tepat, diharapkan UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi digital guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha mereka. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, penelitian ini akan menjawab pertanyaan utama: *Bagaimana peran platform digital dalam meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang?*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana platform digital digunakan oleh UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang dalam strategi pemasaran dan penjualan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi strategi digital serta memberikan rekomendasi solusi yang dapat membantu optimalisasi penggunaan platform digital. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan digitalisasi UMKM dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pihak terkait dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Dengan memahami peran platform digital dalam strategi pemasaran dan penjualan UMKM, diharapkan dapat ditemukan solusi yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Melalui penelitian ini, diharapkan UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan digitalisasi serta memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara untuk memperoleh data secara mendalam mengenai pemanfaatan platform digital oleh UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang. Menurut Sugiyono (2022) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan lima pelaku UMKM di kawasan tersebut guna memahami strategi pemasaran dan penjualan yang mereka terapkan serta tantangan yang mereka hadapi dalam mengadopsi teknologi digital.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, sementara data sekunder dikumpulkan dari berbagai literatur, artikel, dan laporan yang relevan dengan digitalisasi UMKM. Instrumen wawancara yang digunakan mencakup daftar pertanyaan terbuka yang dirancang untuk menggali informasi terkait strategi pemasaran digital, kendala yang dihadapi, serta harapan pelaku usaha terhadap perkembangan teknologi dalam bisnis mereka.

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis tematik, di mana hasil wawancara dikategorikan ke dalam tema-tema utama yang relevan dengan penelitian. Proses analisis dilakukan melalui transkripsi wawancara, serta interpretasi hasil temuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait penggunaan platform digital dalam meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara yang melibatkan lima pelaku UMKM di kawasan Tepi Laut Tanjungpinang. Wawancara dilaksanakan secara langsung pada tanggal 2 Maret 2025 untuk memperoleh data mengenai strategi pemasaran dan penjualan yang mereka

terapkan, serta penggunaan platform digital dalam mendukung usaha mereka. Lima UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Pisang Kembung Viral, Corndog Tarik Lumer, MK Dimsum, Teh Tarik Malaysia Brother, dan Es Jeruk Kiamboy. Wawancara ini bertujuan untuk memahami bagaimana masing-masing UMKM memanfaatkan media sosial dan sistem pembayaran digital seperti QRIS dalam operasional bisnis mereka, serta tantangan yang mereka hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran digital.

Pisang Kembung Viral

Pisang Kembung Viral merupakan salah satu UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang yang berhasil menarik perhatian pelanggan dengan produk olahan pisang yang khas. Berdasarkan hasil wawancara, usaha ini mencatat pendapatan yang cukup stabil setiap harinya, dengan kisaran Rp300.000 hingga Rp500.000 pada hari biasa dan meningkat signifikan hingga Rp800.000 hingga Rp1.000.000 saat akhir pekan. Lonjakan pendapatan pada akhir pekan menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengunjung yang lebih tinggi, yang kemungkinan besar berasal dari wisatawan maupun masyarakat lokal yang lebih banyak menghabiskan waktu di kawasan kuliner tersebut. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM ini memanfaatkan platform digital, khususnya Instagram, dengan akun @goosang_tnj sebagai media promosi utama. Dengan memanfaatkan media sosial, mereka dapat menjangkau pelanggan lebih luas, termasuk mereka yang mencari informasi mengenai kuliner khas Tanjungpinang sebelum mengunjungi kawasan tersebut.

Meskipun telah menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran, Pisang Kembung Viral masih mengandalkan interaksi langsung dengan pelanggan di lokasi sebagai metode utama dalam menarik pembeli. Promosi digital yang dilakukan masih terbatas pada unggahan foto dan informasi produk di Instagram, tanpa adanya strategi pemasaran yang lebih mendalam seperti penggunaan fitur iklan berbayar atau promosi kolaboratif dengan influencer lokal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun platform digital telah digunakan, pemanfaatannya masih dapat ditingkatkan untuk memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan daya tarik produk. Dengan strategi yang lebih efektif, seperti pengelolaan konten yang lebih menarik dan interaksi yang lebih aktif dengan pengikut, UMKM ini dapat meningkatkan engagement serta memperbesar potensi penjualan.

Selain strategi pemasaran, sistem pembayaran digital juga mulai diterapkan oleh Pisang Kembung Viral dengan penggunaan QRIS sejak Juli 2024. Penggunaan QRIS dianggap sebagai langkah yang membantu dalam transaksi, mengingat semakin banyak pelanggan yang tidak membawa uang tunai saat berbelanja. Namun, meskipun QRIS telah tersedia, mayoritas pelanggan masih lebih memilih membayar dengan uang tunai, dengan perbandingan sekitar 70% tunai dan 30% menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pembayaran digital semakin populer, sebagian besar transaksi di UMKM ini masih didominasi oleh metode pembayaran konvensional.

Keputusan untuk menggunakan QRIS BCA juga dipertimbangkan dengan baik oleh pemilik UMKM karena layanan ini tidak membebankan biaya administrasi, sehingga seluruh pembayaran yang diterima langsung masuk ke m-banking tanpa potongan. Keuntungan ini menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi QRIS oleh UMKM, mengingat sebagian pelaku usaha masih ragu menggunakan sistem pembayaran digital karena kekhawatiran terhadap biaya tambahan yang mungkin dikenakan. Namun, masih rendahnya penggunaan QRIS oleh pelanggan menunjukkan bahwa edukasi mengenai pembayaran digital serta dorongan untuk beralih ke transaksi non-tunai perlu lebih ditingkatkan.

Corndog Tarik Lumer

Corndog Tarik Lumer merupakan salah satu UMKM yang beroperasi di kawasan Tepi Laut Tanjungpinang, yang mulai berjualan sejak Januari 2025. UMKM ini menawarkan camilan kekinian yang menarik bagi kalangan anak muda dan wisatawan yang berkunjung ke area tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, pendapatan yang diperoleh cukup bervariasi tergantung pada hari operasionalnya. Pada hari biasa, Corndog Tarik Lumer mampu meraih pendapatan sekitar Rp200.000 hingga Rp300.000 per hari, sementara pada akhir pekan, omzetnya meningkat hingga Rp500.000. Lonjakan pendapatan pada akhir pekan menunjukkan bahwa lokasi strategis di kawasan kuliner populer ini memberikan dampak positif terhadap tingkat penjualan, terutama ketika jumlah pengunjung meningkat.

Meskipun memiliki potensi besar untuk mengembangkan pasar, Corndog Tarik Lumer masih belum memanfaatkan platform digital secara optimal dalam proses pemasarannya. Berdasarkan wawancara, UMKM ini belum menerima pesanan melalui media sosial, yang berarti sebagian besar penjualannya masih bergantung pada pelanggan yang datang langsung ke lokasi usaha. Padahal, dengan semakin berkembangnya tren digitalisasi, media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Keberadaan

akun Instagram dengan nama @doyan_ngemiltpi menunjukkan bahwa UMKM ini telah memiliki infrastruktur digital, namun belum dimanfaatkan secara maksimal untuk pemasaran dan penjualan.

Dalam hal sistem pembayaran, Corndog Tarik Lumer telah mengadopsi teknologi pembayaran digital menggunakan QRIS. Berdasarkan wawancara, QRIS dianggap efektif, terutama di kalangan anak muda yang lebih familiar dengan metode pembayaran non-tunai. Penggunaan QRIS juga memberikan kemudahan bagi pelanggan yang tidak membawa uang tunai, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, meskipun sistem ini dinilai efisien, sebagian besar pelanggan masih memilih untuk membayar menggunakan uang tunai. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada pergeseran menuju transaksi digital, kebiasaan pelanggan dalam menggunakan uang tunai masih cukup dominan di kawasan ini.

Keunggulan lain dari penggunaan QRIS oleh Corndog Tarik Lumer adalah tidak adanya potongan administrasi dari sistem pembayaran yang digunakan. Tidak adanya biaya tambahan bagi penjual menjadi faktor yang menguntungkan, karena UMKM dapat menerima pembayaran digital tanpa mengurangi keuntungan yang diperoleh. Keberadaan QRIS yang tidak membebani pelaku usaha dari segi administrasi juga dapat mendorong lebih banyak UMKM untuk mengadopsi teknologi serupa dalam operasional mereka. Namun, efektivitas QRIS tetap bergantung pada tingkat adopsi oleh pelanggan serta pemahaman pelaku usaha dalam mempromosikan opsi pembayaran digital kepada konsumennya.

MK Dimsum

MK Dimsum merupakan salah satu pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kawasan Tepi Laut Tanjungpinang yang berfokus pada penjualan dimsum sebagai makanan ringan yang digemari oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa pendapatan harian MK Dimsum berkisar antara Rp100.000 hingga Rp150.000, angka yang relatif kecil dibandingkan dengan beberapa UMKM lain di kawasan tersebut. Salah satu faktor yang memengaruhi pendapatan ini adalah strategi pemasaran yang masih terbatas, di mana promosi dan penjualan belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital secara optimal. Meskipun MK Dimsum memiliki akun Instagram dengan nama @MK_DIMSUM, penggunaannya sebagai alat pemasaran masih minim, sehingga potensi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan belum maksimal.

Dalam era digital, pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce menjadi elemen kunci dalam meningkatkan penjualan UMKM. Namun, MK Dimsum masih mengandalkan transaksi secara langsung di lokasi tanpa adanya sistem pemesanan daring yang terintegrasi. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan pelanggan yang lebih memilih melakukan pemesanan melalui media sosial atau aplikasi pengiriman makanan. Minimnya strategi pemasaran digital juga menyebabkan kurangnya eksposur terhadap calon pelanggan yang mencari informasi kuliner secara online sebelum mengunjungi suatu tempat. Jika dibandingkan dengan UMKM lain yang telah aktif menggunakan media sosial dan layanan pemesanan daring, MK Dimsum masih memiliki tantangan dalam meningkatkan daya saingnya di pasar lokal.

Selain aspek pemasaran, sistem pembayaran yang digunakan oleh MK Dimsum juga masih didominasi oleh transaksi tunai. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas pelanggan masih membayar secara langsung dengan uang tunai, sedangkan penggunaan metode pembayaran digital seperti QRIS belum diadopsi secara luas. Padahal, di era modern saat ini, banyak konsumen yang mulai beralih ke pembayaran non-tunai karena dinilai lebih praktis dan aman. Beberapa UMKM di kawasan Tepi Laut Tanjungpinang yang telah menggunakan QRIS melaporkan adanya peningkatan kemudahan transaksi serta fleksibilitas dalam melayani pelanggan yang lebih memilih metode pembayaran digital. Oleh karena itu, MK Dimsum memiliki peluang untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dengan menyediakan opsi pembayaran yang lebih beragam.

Tantangan lain yang dihadapi oleh MK Dimsum dalam mengembangkan strategi pemasaran digital adalah kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan dalam bidang digital marketing. Banyak pelaku UMKM, termasuk MK Dimsum, belum memahami bagaimana cara mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan daya tarik produk mereka. Penggunaan fitur seperti iklan berbayar, konten visual yang menarik, serta interaksi dengan pelanggan melalui platform digital masih belum dimanfaatkan secara maksimal. Jika MK Dimsum dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital, maka potensi untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan juga akan semakin besar.

Teh Tarik Malaysia Brother

Teh Tarik Malaysia Brother merupakan salah satu UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang yang telah beroperasi sejak Oktober 2024. Berdasarkan hasil wawancara, usaha ini memiliki pendapatan yang cukup stabil, dengan rata-rata penghasilan sekitar Rp500.000 per hari pada hari biasa dan meningkat lebih dari Rp1.000.000 saat akhir pekan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini memiliki

daya tarik yang kuat di kalangan pengunjung, terutama pada waktu-waktu ramai seperti akhir pekan, di mana jumlah wisatawan dan warga lokal yang datang ke kawasan Tepi Laut meningkat. Faktor utama yang mendukung tingginya pendapatan ini adalah lokasi strategis, cita rasa khas teh tarik yang mereka tawarkan, serta keberlanjutan usaha dalam mempertahankan kualitas produk dan layanan kepada pelanggan.

Dalam aspek pemasaran digital, Teh Tarik Malaysia Brother masih mengandalkan metode promosi konvensional dan belum secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Meskipun memiliki akun Instagram dengan nama @TEH_TARIK_BROTHER, usaha ini tidak menerima pesanan secara online atau melalui platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha lebih fokus pada transaksi langsung di lokasi tanpa menjangkau pelanggan melalui media daring. Padahal, dengan meningkatnya tren pencarian makanan dan minuman melalui internet, strategi pemasaran digital yang optimal dapat membantu meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar mereka, terutama bagi wisatawan yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang kuliner khas Tepi Laut sebelum berkunjung.

Selain pemasaran, penggunaan sistem pembayaran digital juga menjadi salah satu aspek penting dalam operasional UMKM ini. Teh Tarik Malaysia Brother telah menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran, namun efektivitasnya masih menjadi kendala. Dalam wawancara, pemilik usaha mengungkapkan bahwa mereka pernah mengalami transaksi senilai Rp50.000 yang tidak masuk ke rekening, sehingga menimbulkan keraguan terhadap keandalan sistem QRIS. Kejadian ini menunjukkan bahwa meskipun sistem pembayaran digital memiliki banyak keuntungan, seperti kemudahan transaksi tanpa uang tunai, masih terdapat kendala teknis yang dapat menghambat operasional UMKM. Oleh karena itu, peningkatan edukasi dan pemahaman tentang cara mengatasi permasalahan teknis dalam pembayaran digital menjadi hal yang penting bagi pelaku UMKM.

Selain kendala teknis, Teh Tarik Malaysia Brother juga menghadapi potongan administrasi dari layanan QRIS yang mereka gunakan. Dalam hal ini, mereka mengungkapkan bahwa transaksi melalui QRIS BRI dikenakan potongan sebesar Rp2.500 per transaksi. Biaya administrasi ini tentu menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menentukan apakah mereka akan terus menggunakan sistem pembayaran digital atau kembali mengandalkan transaksi tunai. Meskipun nominal potongan terlihat kecil, dalam jangka panjang, biaya administrasi ini dapat berdampak pada profitabilitas usaha, terutama bagi UMKM dengan volume transaksi yang tinggi. Oleh karena itu, pemilihan layanan pembayaran digital yang menawarkan keuntungan optimal tanpa biaya tambahan yang memberatkan menjadi salah satu tantangan yang perlu diatasi oleh pelaku usaha kecil.

Es Jeruk Kiamboy

Es Jeruk Kiamboy merupakan salah satu UMKM yang beroperasi di kawasan Tepi Laut Tanjungpinang dan telah menjalankan usahanya selama hampir satu tahun. Produk yang ditawarkan adalah minuman segar berbasis jeruk kiamboy, yang memiliki rasa unik dan khas, menarik minat pelanggan dari berbagai kalangan. Berdasarkan hasil wawancara, volume penjualan usaha ini cukup fluktuatif, di mana pada hari biasa mereka mampu menjual sekitar 50 hingga 80 cup per hari, sedangkan pada akhir pekan angka tersebut meningkat signifikan hingga mencapai 200 cup per hari. Lonjakan penjualan saat akhir pekan menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk ini cenderung lebih tinggi ketika jumlah pengunjung di kawasan Tepi Laut meningkat, baik dari masyarakat lokal maupun wisatawan yang ingin menikmati suasana kuliner di lokasi tersebut.

Dari sisi strategi pemasaran, Es Jeruk Kiamboy memiliki akun Instagram dengan nama @esjerukkiamboy, namun UMKM ini belum secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam menerima pesanan atau memperluas jangkauan pasar. Saat ini, pesanan dalam jumlah besar hanya diterima untuk acara-acara khusus, seperti pernikahan atau acara lainnya, tetapi tidak dilakukan melalui platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan masih cenderung konvensional, mengandalkan interaksi langsung dengan pelanggan di lokasi usaha. Meskipun keberadaan akun Instagram berpotensi menjadi alat promosi yang efektif, penggunaan media sosial dalam meningkatkan penjualan dan jangkauan konsumen masih belum dimaksimalkan sepenuhnya oleh UMKM ini.

Selain aspek pemasaran, sistem pembayaran digital juga menjadi faktor yang menarik dalam operasional Es Jeruk Kiamboy. Berdasarkan hasil wawancara, UMKM ini telah mengadopsi sistem pembayaran QRIS dan menganggapnya sebagai metode transaksi yang efektif, terutama pada akhir pekan ketika volume transaksi meningkat pesat. Penggunaan QRIS memberikan kemudahan bagi pelanggan yang lebih memilih transaksi non-tunai, terutama generasi muda yang semakin terbiasa dengan pembayaran digital. Dengan adanya sistem ini, proses transaksi menjadi lebih cepat dan praktis, mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan mempercepat layanan kepada pelanggan.

Keunggulan lain dari penggunaan QRIS dalam usaha Es Jeruk Kiamboy adalah tidak adanya biaya administrasi yang dikenakan kepada pemilik usaha. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri karena pelaku UMKM dapat menerima pembayaran secara digital tanpa harus memikirkan potongan biaya yang dapat mengurangi pendapatan mereka. Berbeda dengan beberapa UMKM lain yang mengalami kendala akibat potongan administrasi dari penyedia layanan pembayaran digital, Es Jeruk Kiamboy dapat mengoptimalkan penggunaan QRIS sebagai solusi transaksi yang efisien dan menguntungkan bagi usaha mereka.

Peluang UMKM dalam Menggunakan Platform Digital untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran dan Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan lima UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang, ditemukan bahwa pemanfaatan platform digital dalam strategi pemasaran dan penjualan masih bervariasi. Setiap UMKM memiliki tantangan dan peluang tersendiri dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan bisnis mereka. Berikut adalah analisis peluang yang dapat dimanfaatkan oleh masing-masing UMKM berdasarkan temuan yang diperoleh.

Pisang Kembung Viral telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, tetapi penggunaannya masih terbatas. Peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis ini adalah meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui konten kreatif, seperti video pendek tentang proses pembuatan pisang kembung dan testimoni pelanggan. Selain itu, penggunaan fitur iklan berbayar di Instagram dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas. Selain aspek pemasaran, Pisang Kembung Viral juga dapat mengoptimalkan penggunaan QRIS untuk memudahkan transaksi digital dan mengedukasi pelanggan tentang kemudahan pembayaran non-tunai, sehingga memberikan pengalaman belanja yang lebih praktis dan modern.

Corndog Tarik Lumer sudah memiliki dasar bisnis yang cukup kuat, tetapi masih memiliki peluang besar dalam meningkatkan pemasaran digital. Pemanfaatan marketplace atau aplikasi pesan antar makanan dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pelanggan. Selain itu, dengan membuat promo khusus melalui media sosial, seperti diskon untuk pembelian melalui Instagram atau TikTok, bisnis ini dapat menarik lebih banyak pelanggan. Penerapan QRIS sebagai metode pembayaran utama juga dapat didukung dengan pemberian insentif, seperti cashback atau diskon, bagi pelanggan yang melakukan transaksi digital. Hal ini dapat meningkatkan transaksi serta memudahkan pelanggan dalam berbelanja.

MK Dimsum memiliki peluang besar dalam memanfaatkan platform digital untuk memperkuat strategi pemasarannya. Salah satu langkah yang dapat diterapkan adalah bekerja sama dengan influencer atau *food blogger* lokal untuk meningkatkan eksposur produk mereka. Selain itu, penggunaan WhatsApp Business dengan katalog produk yang lengkap dapat membantu pelanggan dalam melakukan pemesanan secara mudah dan cepat. Mengingat tren layanan pesan makanan online yang semakin berkembang, bergabung dengan layanan seperti GoFood atau GrabFood akan menjadi langkah strategis dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan penjualan.

Teh Tarik Malaysia Brother dapat lebih aktif dalam pemasaran digital dengan memanfaatkan platform media sosial untuk memperkenalkan berbagai varian produk mereka. Selain itu, program loyalitas berbasis digital, seperti pemberian kupon diskon kepada pelanggan setia, dapat menjadi strategi yang efektif dalam mempertahankan pelanggan. Penggunaan fitur *live streaming* di Instagram atau Facebook juga bisa dimanfaatkan untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan interaksi dengan mereka. Dengan mengoptimalkan pembayaran digital melalui QRIS serta memanfaatkan promosi online secara lebih aktif, Teh Tarik Malaysia Brother dapat memperluas pangsa pasarnya.

Es Jeruk Kiamboy memiliki volume penjualan yang cukup tinggi terutama pada akhir pekan, tetapi masih memiliki peluang untuk meningkatkan strategi pemasaran digitalnya. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah lebih aktif mengelola akun Instagram, mengunggah konten menarik, dan memberikan informasi terkait promo atau varian baru. Pemanfaatan fitur Instagram Stories atau Reels juga dapat membantu meningkatkan keterlibatan pelanggan. Selain itu, Es Jeruk Kiamboy dapat bekerja sama dengan penyelenggara acara atau festival lokal untuk menyediakan minuman dalam jumlah besar, serta meningkatkan promosi digital guna menarik lebih banyak pelanggan potensial.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan platform digital memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang. Melalui media sosial seperti

Halaman 110

- Instagram, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperkenalkan produk mereka dengan lebih efektif. Namun, pemanfaatannya masih belum optimal pada beberapa UMKM, yang menunjukkan
2. Penerapan sistem pembayaran digital seperti QRIS telah memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dan pelanggan dalam melakukan transaksi. Penggunaan QRIS tidak hanya mempercepat proses pembayaran tetapi juga mengurangi ketergantungan terhadap uang tunai, yang sejalan dengan tren digitalisasi ekonomi.
 3. Setiap UMKM memiliki peluang yang berbeda dalam pemanfaatan platform digital, tergantung pada jenis produk, target pasar, dan tingkat adopsi teknologi mereka. UMKM seperti MK Dimsum dan Pisang Kembung Viral yang telah mulai menggunakan media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka dengan lebih aktif menggunakan fitur iklan berbayar dan bekerja sama dengan influencer.
 4. Strategi potensial bagi UMKM yang menjual produk makanan dan minuman. Dengan bergabung dalam ekosistem digital ini, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa harus bergantung pada penjualan secara langsung. Selain itu, penggunaan fitur promosi seperti diskon dan program loyalitas juga dapat membantu meningkatkan daya tarik bagi konsumen.
- Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka saran atau rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:
1. Pelaku UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang perlu lebih aktif dalam memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Penggunaan strategi pemasaran digital seperti iklan berbayar, konten kreatif, dan kolaborasi dengan influencer lokal dapat membantu menjangkau lebih banyak pelanggan serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.
 2. Meskipun QRIS telah diterapkan oleh sebagian besar UMKM, penggunaannya masih perlu dioptimalkan. Sosialisasi mengenai keuntungan transaksi non-tunai, seperti kemudahan pencatatan keuangan dan keamanan dalam bertransaksi, perlu lebih ditingkatkan. Pelaku UMKM juga disarankan untuk memanfaatkan berbagai promo atau cashback dari layanan pembayaran digital guna menarik lebih banyak pelanggan.
 3. Untuk meningkatkan akses pasar, UMKM yang bergerak di bidang kuliner sebaiknya bergabung dengan platform pesan antar makanan seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood. Dengan bergabung dalam ekosistem digital ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pelanggan tanpa harus bergantung pada transaksi langsung di lokasi usaha, sehingga meningkatkan potensi penjualan mereka secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 12–16.
- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi bisnis digital untuk mendorong pertumbuhan umkm melalui teknologi dan adaptasi digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41–47.
- Hapsara, O., Febrian, W. D., Nuzleha, N., Sani, I., Lustono, L., Yuni, N., ... Yuliana, L. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa: Membangun Loyalitas Pelanggan.
- Hutasoit, M., Siregar, L. F., Hidayat, M. F., Syahrulli, M. D., Silitonga, S., & Karisman, S. (2024). Optimalisasi Strategi Penjualan Melalui Penerapan Total Quality Management pada UMKM Eito Japanese Curry. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(6), 453–461.
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional ke e-Marketing: Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72–87.
- Juhana, D., Komara, A. T., Sidharta, I., & Suzanto, B. (2024). *Pengantar E-Commerce dan Platform Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Malik, A., Djaganata, A. Y., Kurniawan, N. E., & Oktavia, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7155–7169.
- Prahendratno, A., Aulia, M. R., Erwin, E., Setiawan, Z., & Rijal, S. (2023). *Strategi Bisnis Digital: Optimalisasi & Otomatisasi Sebuah Bisnis Menggunakan Media Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Rifaldi, M., Hartati, S., & Vajriansyah, M. A. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness di Era E-Commerce. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 3(1), 58–65.
- Rusdianto, U. (2024). Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Di Marketplace: Studi Kasus Mitra Ruang Kreasi Di Shopee. *Journal of Social and Economics Research*, 6(2), 103–116.
- Saputra, A. M. A., Kharisma, L. P. I., Rizal, A. A., Burhan, M. I., & Purnawati, N. W. (2023). *Teknologi Informasi: Peranan TI dalam berbagai bidang*. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.
- Sari, D. M. F. P., Dewi, N. K. A. T., & Martini, I. A. O. (2024). Transisi Pola Pemasaran Perspektif Pelaku Bisnis Agrowisata Pada Masa Pemulihan Ekonomi Masyarakat Tegallalang Bali. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 7(1), 71–85.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Syafitri, D. E., & Nur, M. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah). *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2).
- Talib, N. R. A., & Sari, M. N. (2024). Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Brand Awareness pada UMKM Kota Tangerang Selatan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, 2(2), 87–96.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.

Proyeksi Harga Saham Perbankan BUMN dengan Metode *Trend Analysis*

Fatiya Maliha¹, Diah Anggeraini Hasri²

Universitas Teknologi Sumbawa -¹211008049.fatiya@uts.ac.id

-²diah.anggeraini.hasri@uts.ac.id

Abstrak— *The capital market plays a crucial role in economic growth by serving as a platform for long-term financial instruments, including stocks, bonds, and mutual funds. Stock price movements are influenced by various factors, both internal and external, making accurate forecasting essential for investors to minimize risks and optimize returns. This study aims to forecast the stock prices of state-owned banks (BUMN) in Indonesia using the Trend Analysis method, specifically employing linear, quadratic, exponential growth, and S-curve models. The research utilizes historical closing price data from September 2024 to January 2025, covering four major state-owned banks: Bank Rakyat Indonesia (BBRI), Bank Mandiri (BMRI), Bank Negara Indonesia (BBNI), and Bank Tabungan Negara (BBTN). The analysis is conducted using Minitab software, and the best forecasting model is determined based on the lowest values of Mean Absolute Percentage Error (MAPE), Mean Absolute Deviation (MAD), and Mean Squared Deviation (MSD). The results indicate that the quadratic model provides the most accurate forecasts for all four banks, capturing non-linear trends in stock price movements. The findings reveal a consistent downward trend in stock prices across all BUMN banks, highlighting potential market pressures and economic conditions that may affect future performance. This suggests that investors should approach short- to medium-term investments with caution. Additionally, while trend analysis offers valuable insights into historical patterns, integrating fundamental and technical analysis is recommended to enhance investment decision-making.*

Keywords: *Stock Price Forecasting, Trend Analysis, BUMN Banks, MAPE, MAD, MSD.*

1. PENDAHULUAN

Pasar modal (capital market) merupakan tempat berlangsungnya transaksi berbagai instrumen investasi jangka panjang, seperti saham, obligasi, dan reksa dana. Berdasarkan Undang-Undang Pasar Modal No. 8 Tahun 1995, pasar ini mencakup aktivitas penawaran dan perdagangan efek, serta peran emiten, lembaga, dan profesi terkait. Dalam perekonomian, pasar modal berfungsi sebagai sumber pendanaan bagi perusahaan untuk ekspansi dan pengembangan usaha, serta sebagai sarana investasi bagi masyarakat untuk mengalokasikan dana sesuai tingkat risiko dan potensi keuntungan. Dengan demikian, pasar modal menjadi penghubung antara pihak yang membutuhkan pendanaan dan investor yang ingin mengoptimalkan asetnya melalui investasi (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

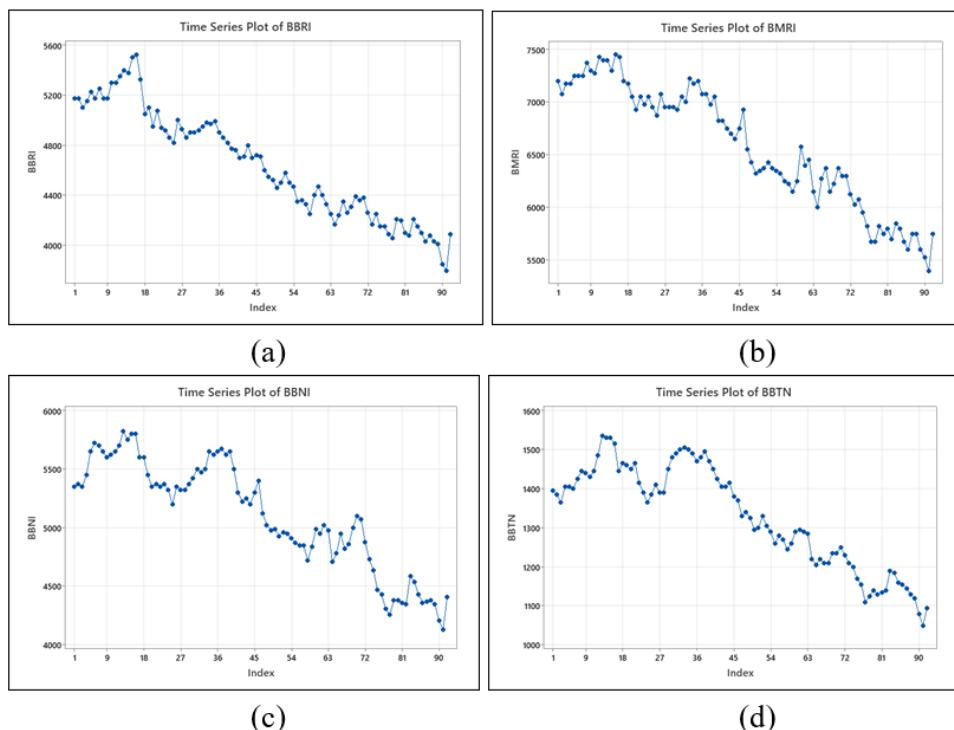
Saham merupakan salah satu instrumen investasi yang terdapat di pasar modal. Saham merupakan instrumen investasi yang menunjukkan kepemilikan seseorang atau suatu pihak dalam modal sebuah perusahaan atau perseroan terbatas (Partomuan & Simamora, 2021). Berdasarkan Bursa Efek Indonesia, investor yang membeli atau memiliki saham dapat memperoleh dua jenis keuntungan, yaitu *dividen* dan *capital gain*. *Dividen* adalah bagian dari laba perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham dan dapat diberikan dalam bentuk tunai atau saham tambahan. Sementara itu, *capital gain* diperoleh dari selisih antara harga beli dan harga jual saham. Keuntungan dari *capital gain* sangat bergantung pada fluktuasi harga saham di pasar, di mana investor dapat meraih *profit* jika harga saham mengalami kenaikan dibandingkan harga beli sebelumnya.

Investasi di pasar modal menjadi pilihan yang menarik karena berpotensi memberikan keuntungan yang signifikan. Namun, investasi saham tergolong berisiko tinggi akibat fluktuasi harga yang sensitif terhadap berbagai faktor baik faktor luar maupun dalam negeri (Julian & Pribadi, 2021). Pergerakan harga ini dipengaruhi oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran di pasar. Tingkat permintaan dan penawaran saham bergantung pada berbagai faktor, baik yang berkaitan langsung dengan kinerja perusahaan maupun faktor makroekonomi seperti suku bunga, inflasi, dan nilai tukar mata uang. Selain itu, aspek non-ekonomi seperti situasi sosial dan politik juga dapat memengaruhi fluktuasi harga saham (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Proyeksi harga saham membantu investor dalam memperkirakan harga penutupan saham di berbagai sektor pasar, sehingga dapat mengurangi risiko kerugian akibat penurunan harga saham. Dengan memahami pola pergerakan saham melalui prediksi, investor dapat mengambil keputusan investasi yang lebih tepat (Mohan et al., 2023). Proyeksi saham berperan penting dalam merumuskan strategi perdagangan, investor dapat menentukan waktu yang tepat untuk membeli atau menjual saham serta menganalisis peluang investasi di masa depan. Banyak pelaku ekonomi dan pasar saham berpendapat bahwa pergerakan harga saham dapat diprediksi hingga tingkat tertentu karena perubahan harga sering kali terjadi secara berulang akibat pola investasi kolektif dan sistematis dari para investor (Htun et al., 2024).

Sektor perbankan memiliki peranan penting dalam kepentingan bisnis dan pembangunan ekonomi nasional sebagai *Financial Intermediary* atau perantara bagi pihak yang memiliki kelebihan dana (surplus) kepada pihak yang memerlukan dana (defisit). Salah satu pilar penting sektor perbankan adalah bank BUMN, yaitu bank yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan langsung dari kekayaan negara yang dipisahkan (UU No. 19 tahun 2003). Sektor perbankan BUMN memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusinya tidak hanya terbatas pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi juga mencakup penyaluran kredit yang memberikan dampak positif dan bersifat transformasional. Selain itu, digitalisasi produk dan layanan semakin memperkuat manfaat yang diberikan kepada masyarakat, sehingga mendukung kesejahteraan nasional secara berkelanjutan (Pratama, 2024). Banyak investor tertarik menjadikan emiten Bank BUMN sebagai pilihan investasi, tidak hanya karena kekuatan permodalannya, tetapi juga karena kinerjanya yang berkaitan dengan ukuran perusahaan di pasar. Ukuran perusahaan, seperti total aset atau kapitalisasi pasar, sering digunakan untuk menggambarkan kinerja Bank BUMN. Bank BUMN adalah lembaga keuangan yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Ningsih et al., 2024). Saat ini, terdapat empat bank BUMN yang telah go public, yaitu Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Tabungan Negara (BTN), dan Bank Mandiri (BMRI) (Bank Indonesia, 2024).

Gambar 1 Time Series Plot (a) BBRI (b) BMRI (c) BBNI (d) BBTN



Sumber: data diolah, 2025

Pergerakan harga saham bank BUMN dari September 2024 hingga 15 Januari 2025 menunjukkan fluktuasi dengan tren penurunan. Saham BBRI mengalami penurunan dari kisaran 5.500 ke sekitar 4.000, sementara saham BMRI bergerak turun dari sekitar 7.500 ke bawah 5.500. Saham BBNI yang awalnya mendekati 6.000 juga mengalami penurunan hingga mencapai sekitar 4.500. Saham BBTN menunjukkan pergerakan fluktuatif sebelum akhirnya turun dari lebih dari 1.600 ke sekitar 1.100. Pola pergerakan ini mencerminkan tekanan pasar yang berkelanjutan terhadap saham perbankan BUMN dalam periode tersebut, yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor

seperti kondisi makroekonomi, kebijakan suku bunga, atau sentimen investor terhadap sektor perbankan.

Fluktuasi harga saham yang terjadi akibat perubahan permintaan dan penawaran di pasar membuat para investor perlu memperhatikan dan mempelajari data historis perusahaan sebelum menanamkan investasi, khususnya di industri perbankan. Ketika permintaan saham meningkat, harga saham cenderung mengalami kenaikan, sehingga memahami pola pergerakan harga saham menjadi penting bagi investor untuk memproyeksikan prospek ke depan. Pergerakan harga saham bank BUMN menunjukkan fluktuasi yang tidak menentu selama periode September 2024 hingga Januari 2025. Grafik harga saham dari keempat bank BUMN, yaitu BBRI, BMRI, BBNI, dan BBTN terlihat mengalami tren penurunan. Penurunan ini terlihat sejak awal periode hingga Januari 2025, dengan pola pergerakan yang menunjukkan fluktuasi sebelum akhirnya mengalami tren penurunan lebih lanjut. Berdasarkan data historis tersebut, prediksi pergerakan harga saham diperlukan guna memberikan gambaran mengenai potensi pergerakan harga saham pada periode selanjutnya, sehingga investor dapat mempertimbangkan keputusan investasi mereka di sektor perbankan BUMN.

2. METODE

Dalam memproyeksikan nilai harga saham digunakan pendekatan *linear*, *quadratic*, *exponential growth*, dan *S-Curve* dalam *trend analysis*. Metode *trend analysis* merupakan pendekatan yang digunakan untuk analisis jangka pendek maupun jangka panjang. Teknik ini membentuk garis tren sebagai representasi matematis dari data. Pendekatan ini digunakan untuk memilih model yang paling sesuai dengan data sebenarnya. Adapun persamaan pada masing-masing model tersebut adalah sebagai berikut (Juanda & Junaidi, 2012).

Model *linear*:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 T \quad (1)$$

Model *quadratic*:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 T + \beta_2 T^2 \quad (2)$$

Model *exponential growth*:

$$Y_t = \beta_0 e^{\beta_1 T} \quad (3)$$

Model *S-Curve*:

$$Y_t = \frac{10^a}{\beta_0 + \beta_1 (\beta_2^{T-1})} \quad (4)$$

Pemilihan model terbaik dalam penelitian ini didasarkan pada tiga ukuran kesalahan, yaitu MAPE (*Mean Absolute Percentage Error*), MAD (*Mean Absolute Deviation*), dan MSD (*Mean Squared Deviation*), di mana model dengan nilai terkecil pada ketiga pengukuran tersebut dianggap sebagai model terbaik. Penelitian ini menggunakan metode *Trend Analysis* sebagai pendekatan peramalan jangka pendek dengan memanfaatkan data historis sebanyak 92 data dari harga penutupan (*closing price*) saham bank BUMN selama periode September 2024 hingga 15 Januari 2025. Analisis dan pemodelan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Minitab untuk memperoleh hasil proyeksi mengenai pergerakan harga saham di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemodelan Proyeksi Harga Saham Perbankan BUMN dengan Pendekatan *Linear*, *Quadratic*, *Exponential Growth*, dan *S-Curve*

Pemodelan proyeksi harga saham perbankan BUMN dilakukan dengan menggunakan berbagai pendekatan, yaitu *linear*, *quadratic*, *exponential growth*, dan *S-curve*. Setiap pendekatan ini memiliki karakteristik berbeda dalam menangkap pola pergerakan harga saham. Model *linear* digunakan untuk menggambarkan tren linier sederhana, sedangkan model *quadratic* menangkap pola non-linear yang menunjukkan percepatan atau perlambatan tren. Pendekatan *exponential growth* digunakan untuk memodelkan pertumbuhan yang meningkat secara eksponensial, dan model *S-curve* cocok untuk pola pertumbuhan yang awalnya lambat, kemudian meningkat pesat, lalu melambat kembali. Untuk menentukan model terbaik, dilakukan evaluasi berdasarkan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE), *Mean Absolute Deviation* (MAD), dan *Mean Squared Deviation* (MSD). Ketiga metrik ini mengukur tingkat kesalahan proyeksi, di mana model dengan nilai MAPE, MAD, dan MSD yang lebih rendah dianggap lebih akurat dalam memperkirakan harga saham di masa mendatang.

a. Pemodelan Proyeksi Harga Saham BBRI

Tabel 1 Model Proyeksi Harga Saham BBRI

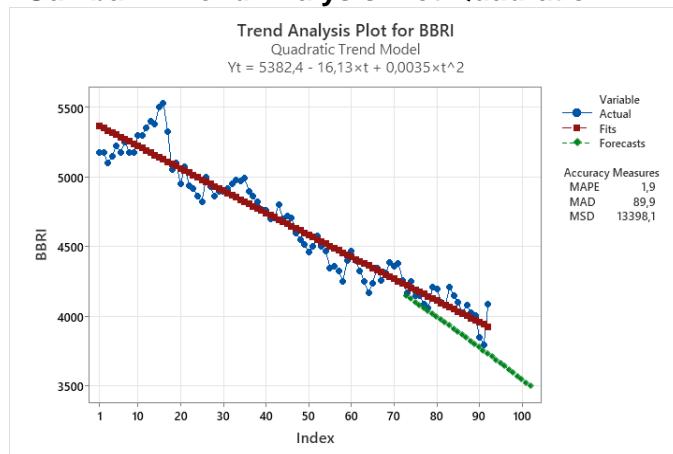
Model	MAPE	MAD	MSD
<i>Linear</i>	1,9	89,9	13402,9
<i>Quadratic</i>	1,9	89,9	13398,1
<i>Exponential-growth</i>	1,9	90,7	13658,9
<i>S-Curve</i>	1,9	91,0	13735,2

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengukuran MAPE, MAD dan MSD diperoleh model terbaik untuk harga saham BBRI adalah *quadratic*. Adapun model proyeksi harga saham BBRI adalah:

$$Y_t = 5382,4 - 16,13xt + 0,0035xt^2$$

Tren analisis plot harga saham BBRI model *quadratic* dapat dilihat pada **Gambar 2**.

Gambar 2 Trend Analysis Plot Quadratic BBRI

Sumber: data diolah, 2025

b. Pemodelan Proyeksi Harga Saham BMRI

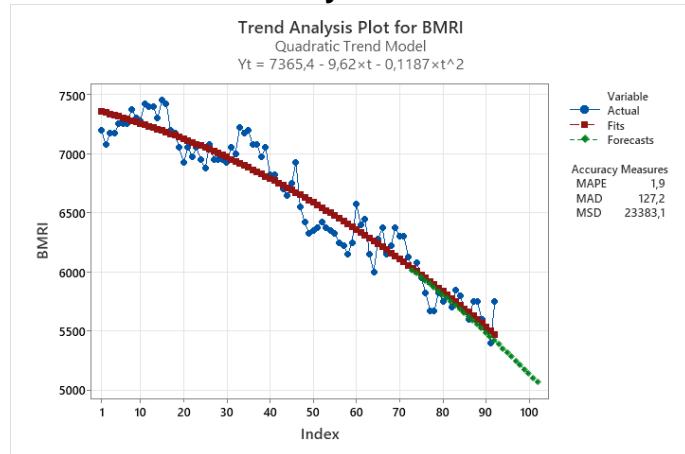
Pemilihan model *quadratic* pada harga saham BMRI didasarkan pada nilai MAD dan MSD yang lebih rendah dibandingkan dengan model lainnya seperti yang terlihat pada **Tabel 4.2**. Adapun persamaan model *quadratic* BMRI adalah $Y_t = 7365,4 - 9,62xt - 0,1187xt^2$

Tabel 2 Model Proyeksi Harga Saham BMRI

Model	MAPE	MAD	MSD
<i>Linear</i>	2,1	136,9	28990,4
<i>Quadratic</i>	1,9	127,2	23383,1
<i>Exponential-growth</i>	2,2	142,6	32668,5
<i>S-Curve</i>	1,9	127,9	23604,6

Sumber: data diolah, 2025

Tren analisis plot harga saham BMRI model *quadratic* dapat dilihat pada **Gambar 3**.

Gambar 3 Trend Analysis Plot Quadratic BMRI

Sumber: data diolah, 2025

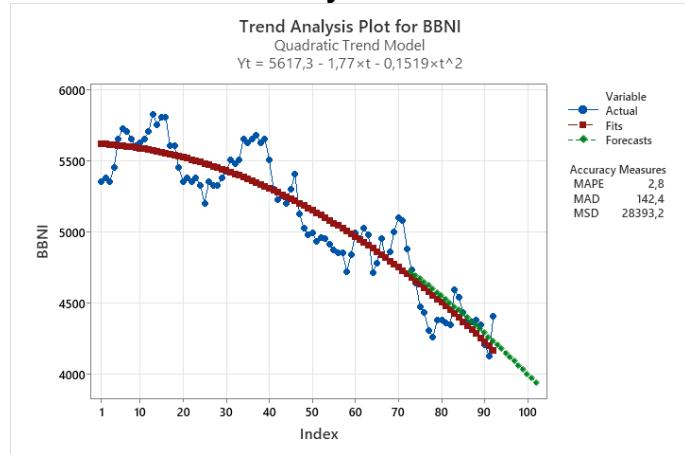
c. Pemodelan Proyeksi Harga Saham BBNI

Tabel 3 Model Proyeksi Harga Saham BBNI

Model	MAPE	MAD	MSD
Linear	3,0	153,4	37567,8
Quadratic	2,8	142,4	28393,2
Exponential-growth	3,1	158,5	41042,1
S-Curve	2,8	142,9	29179,3

Sumber: data diolah, 2025

Tabel 3 merupakan hasil perhitungan MAPE, MAD, dan MSD pada pemodelan proyeksi harga saham BBNI dengan menggunakan model *linear*, *quadratic*, *exponential growth*, dan *S-curve*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa model terbaik yang diperoleh adalah *quadratic* dengan persamaan: $Yt = 5617,3 - 1,77xt - 0,1519xt^2$. Trend analisis plot BBNI dapat dilihat pada **Gambar 4**.

Gambar 4 Trend Analysis Plot Quadratic BBNI

Sumber: data diolah, 2025

d. Pemodelan Proyeksi Harga Saham BBTN

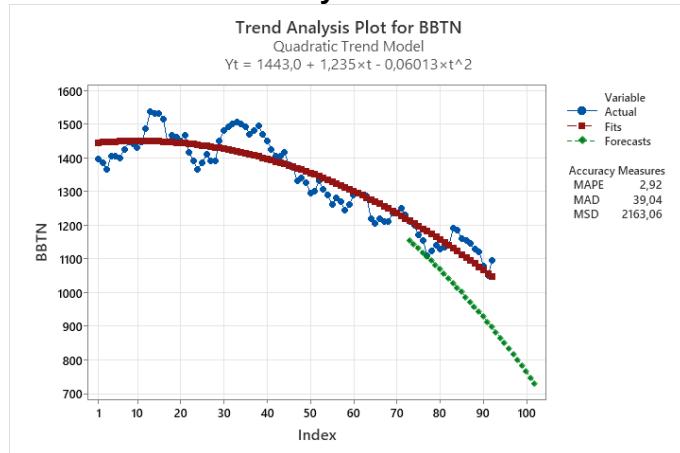
Tabel 4 Model Proyeksi Harga Saham BBTN

Model	MAPE	MAD	MSD
Linear	3,43	46,61	3601,01
Quadratic	2,92	39,04	2163,06
Exponential-growth	3,56	48,38	3995,24
S-Curve	3,18	42,39	2495,33

Sumber: data diolah, 2025

Tabel 3 merupakan hasil perhitungan MAPE, MAD, dan MSD pada pemodelan proyeksi harga saham BBTN dengan menggunakan model *linear, quadratic, exponential growth*, dan *S-curve*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa model terbaik yang diperoleh adalah *quadratic* dengan persamaan: $Y_t = 1443,0 + 1,235 \times t - 0,06013 \times t^2$. Trend analisis plot BBTN dapat dilihat pada gambar.

Gambar 5 Trend Analysis Plot Quadratic BBTN



Sumber: data diolah, 2025

Hasil Model Proyeksi Harga Saham Perbankan BUMN Dengan *Trend Analysis* Model Quadratic

Hasil Model Proyeksi Harga Saham BBRI

Tabel 5 Hasil Model Proyeksi Harga Saham BBRI

Period	Forecast	Period	Forecast	Period	Forecast
73	4146,17	83	3934,78	93	3711,91
74	4125,55	84	3913,01	94	3688,99
75	4104,81	85	3891,13	95	3665,96
76	4083,96	86	3869,13	96	3642,81
77	4062,99	87	3847,01	97	3619,55
78	4041,91	88	3824,78	98	3596,18
79	4020,71	89	3802,44	99	3572,68
80	3999,4	90	3779,98	100	3549,08
81	3977,98	91	3757,4	101	3525,36
82	3956,44	92	3734,72	102	3501,52

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil proyeksi harga saham BBRI menggunakan metode *trend analysis* model *quadratic*, terlihat adanya tren penurunan bertahap dalam periode yang dianalisis. Harga saham diperkirakan menurun dari 4.146,17 pada periode 73 menjadi 3.501,52 pada periode 102. Pola ini menunjukkan bahwa laju penurunan semakin tajam seiring berjalannya waktu, yang merupakan karakteristik umum dari model *quadratic* yang menangkap perubahan non-linear dalam data historis. Validasi model dengan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE), *Mean Absolute Deviation* (MAD), dan *Mean Squared Deviation* (MSD) menunjukkan bahwa *quadratic* adalah model terbaik dibandingkan alternatif lainnya, sehingga hasil ini memiliki akurasi terbaik dalam kerangka peramalan yang digunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriani, Ratih, dan Isnaniati (2024) yang menganalisis peramalan harga saham bank menggunakan metode ARIMA. Dalam penelitian tersebut, model ARIMA (5,2,0) diterapkan untuk saham BBRI, dan hasilnya menunjukkan tren penurunan sebesar 5,8%. Hal ini mengindikasikan bahwa baik pendekatan trend analysis model *quadratic* maupun metode ARIMA memberikan gambaran yang konsisten mengenai arah pergerakan harga saham BBRI yang cenderung melemah. Meskipun menggunakan pendekatan yang berbeda, kedua metode ini sama-sama mengonfirmasi adanya penurunan harga saham dalam periode yang diproyeksikan, yang dapat menjadi pertimbangan bagi investor dalam menyusun strategi investasi jangka pendek maupun menengah.

Hasil Model Proyeksi Harga Saham BMRI**Tabel 6 Hasil Model Proyeksi Harga Saham BMRI**

Period	Forecast	Period	Forecast	Period	Forecast
73	6015,58	83	5715,62	93	5387,22
74	5986,86	84	5684,06	94	5352,81
75	5957,86	85	5652,21	95	5318,12
76	5928,58	86	5620,08	96	5283,15
77	5899,01	87	5587,67	97	5247,89
78	5869,15	88	5554,97	98	5212,35
79	5839,01	89	5521,99	99	5176,52
80	5808,59	90	5488,72	100	5140,41
81	5777,88	91	5455,17	101	5104,02
82	5746,89	92	5421,34	102	5067,34

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil proyeksi harga saham BMRI menggunakan *trend analysis* model *quadratic*, terlihat bahwa harga saham diperkirakan mengalami tren penurunan bertahap dalam periode yang dianalisis. Nilai *forecast* menunjukkan penurunan harga saham secara konsisten dari periode ke periode, mencerminkan pola kuadratik yang sesuai dengan hasil pemilihan model berdasarkan kriteria MAPE, MAD, dan MSD terkecil. Namun, jika dibandingkan dengan data aktual, terdapat perbedaan yang dapat mengindikasikan bahwa faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, kebijakan moneter, serta sentimen pasar belum tercakup dalam model ini. Oleh karena itu, meskipun model *quadratic* mampu menggambarkan tren historis dengan baik, penggunaannya dalam pengambilan keputusan investasi tetap perlu dipadukan dengan analisis fundamental dan teknikal untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai pergerakan harga saham BMRI di masa depan.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitriani, Ratih, dan Isnaniati (2024) yang menggunakan metode ARIMA (3,1,1) untuk memproyeksikan harga saham BMRI. Hasil penelitian mereka menunjukkan tren penurunan saham dengan tingkat perubahan negatif sebesar 5,3%. hasil antara kedua metode ini menunjukkan bahwa tren penurunan harga saham BMRI bukan hanya tercermin dari pendekatan *trend analysis*, tetapi juga didukung oleh metode peramalan berbasis data historis lainnya seperti ARIMA.

Hasil Model Proyeksi Harga Saham BBNI**Tabel 7 Hasil Model Proyeksi Harga Saham BBNI**

Period	Forecast	Period	Forecast	Period	Forecast
73	4715,42	83	4474,5	93	4205,21
74	4692,61	84	4448,85	94	4176,72
75	4669,51	85	4422,91	95	4147,94
76	4646,13	86	4396,69	96	4118,88
77	4622,46	87	4370,19	97	4089,54
78	4598,51	88	4343,4	98	4059,91
79	4574,28	89	4316,33	99	4030,01
80	4549,76	90	4288,98	100	3999,81
81	4524,96	91	4261,34	101	3969,33
82	4499,87	92	4233,41	102	3938,57

Sumber: data diolah, 2025

Hasil proyeksi harga saham BBNI dengan *trend analysis* model *quadratic* menunjukkan pola penurunan yang konsisten dari satu periode ke periode berikutnya. Model ini dipilih karena memiliki nilai MAPE, MAD, dan MSD terkecil, yang mengindikasikan tingkat kesalahan yang lebih rendah dibandingkan model lainnya. Tren penurunan yang dihasilkan oleh model *quadratic* menggambarkan bahwa harga saham BBNI cenderung melemah dalam periode mendatang jika hanya berdasarkan pola historisnya. Namun, saat dibandingkan dengan data aktual, terlihat adanya selisih yang mengindikasikan bahwa faktor lain di luar model, seperti kondisi pasar, kebijakan sektor perbankan, dan faktor makroekonomi, dapat memengaruhi pergerakan harga saham secara nyata.

Oleh karena itu, meskipun model quadratic memberikan gambaran tren historis yang cukup baik, hasil proyeksi ini sebaiknya digunakan sebagai referensi awal yang dikombinasikan dengan analisis lebih lanjut agar menghasilkan estimasi yang lebih komprehensif

Tren penurunan yang dihasilkan dari model *quadratic*, sejalan dengan temuan Fitriani, Ratih, dan Isnaniati (2024) yang menggunakan model ARIMA (2,1,2) dalam meramalkan harga saham BBNI. Hasil penelitian mereka menunjukkan tren penurunan saham dengan tingkat koreksi sebesar 4,9%, yang memperkuat pola yang dihasilkan oleh model *quadratic* dalam penelitian ini. Kesamaan tren antara kedua metode ini menunjukkan bahwa pergerakan harga saham BBNI tidak hanya mencerminkan pola historis tetapi juga diperkuat oleh pendekatan peramalan berbasis data statistik lainnya.

Hasil Model Proyeksi Harga Saham BBTN

Tabel 8 Hasil Model Proyeksi Harga Saham BBTN

Period	Forecast	Period	Forecast	Period	Forecast
73	1154,49	83	1028,9	93	881,43
74	1142,92	84	1015,14	94	865,48
75	1131,12	85	1001,16	95	849,31
76	1119,11	86	986,96	96	832,92
77	1106,88	87	972,54	97	816,31
78	1094,43	88	957,9	98	799,48
79	1081,77	89	943,05	99	782,44
80	1068,88	90	927,97	100	765,17
81	1055,77	91	912,68	101	747,69
82	1042,45	92	897,16	102	729,99

Sumber: data diolah, 2025

Hasil proyeksi harga saham BBTN menggunakan *trend analysis* model *quadratic* menunjukkan pola penurunan bertahap dalam periode mendatang, dengan nilai saham diperkirakan turun hingga 729,99. Model *quadratic* dipilih karena memiliki nilai MAPE, MAD, dan MSD terkecil dibandingkan model lainnya, sehingga dianggap paling akurat dalam menangkap tren historis. Jika dibandingkan dengan data aktual, terlihat adanya perbedaan yang dapat disebabkan oleh faktor eksternal seperti kebijakan moneter, sentimen pasar, serta kinerja fundamental bank. Oleh karena itu, meskipun model *quadratic* dapat memberikan gambaran umum mengenai tren saham BBTN, hasil proyeksi ini sebaiknya digunakan sebagai referensi tambahan dan dikombinasikan dengan analisis fundamental serta teknikal untuk pengambilan keputusan investasi yang lebih komprehensif.

Tren penurunan yang dihasilkan dari model *quadratic*, sejalan dengan temuan Fitriani, Ratih, dan Isnaniati (2024) yang menggunakan model ARIMA (1,2,1) dalam meramalkan harga saham BBTN. Hasil penelitian mereka menunjukkan tren penurunan saham dengan tingkat koreksi sebesar 6,1%, yang memperkuat pola yang dihasilkan oleh model *quadratic* dalam penelitian ini. Kesamaan tren antara kedua metode ini menunjukkan bahwa pergerakan harga saham BBTN tidak hanya mencerminkan pola historis tetapi juga diperkuat oleh pendekatan peramalan berbasis data statistik lainnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Model *quadratic* terbukti sebagai model terbaik dalam *trend analysis* untuk memproyeksikan harga saham bank BUMN, yaitu BBRI, BMRI, BBNI, dan BBTN, berdasarkan nilai MAPE, MAD, dan MSD terkecil dibandingkan model lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa model *quadratic* mampu menangkap pola pergerakan harga saham secara lebih akurat dalam periode yang dianalisis.
2. Hasil proyeksi menunjukkan tren penurunan harga saham untuk seluruh bank BUMN dalam periode mendatang. Pola pergerakan ini mengindikasikan bahwa harga saham cenderung mengalami koreksi lebih lanjut, sehingga investor perlu berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi, terutama untuk jangka pendek hingga menengah.
3. Ketika dibandingkan dengan data aktual, terdapat selisih antara hasil proyeksi dan realisasi harga saham, yang mengindikasikan bahwa faktor eksternal seperti kebijakan moneter, kondisi ekonomi makro, serta sentimen pasar turut memengaruhi pergerakan harga saham

secara lebih dinamis dibandingkan prediksi berbasis data historis. Oleh karena itu, meskipun model *quadratic* dapat menggambarkan pola tren secara umum, hasil proyeksi ini tetap perlu dikombinasikan dengan analisis fundamental dan teknikal agar menghasilkan estimasi yang lebih akurat.

Berdasarkan pada kesumplan yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka saran atau rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Investor di sektor perbankan BUMN perlu mempertimbangkan faktor eksternal sebelum mengambil keputusan investasi, terutama karena hasil proyeksi menunjukkan tren penurunan harga saham dalam periode mendatang. Penggunaan analisis fundamental dan teknikal dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai potensi risiko dan peluang investasi..
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan metode peramalan lain, seperti ARIMA atau *Exponenial Smoothing*, guna membandingkan tingkat akurasi model dan menangkap dinamika pasar yang lebih kompleks. Selain itu, memperhitungkan variabel makroekonomi seperti inflasi, suku bunga, dan kebijakan perbankan dapat meningkatkan akurasi hasil prediksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2024). *Daftar Lembaga Berizin*. Jakarta: Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/layanan/informasi-perizinan/default.aspx>
- Fitriani, R., Ratih, N. R., & Isnaniati, S. (2024). Analisis Peramalan Harga Saham Dengan Metode Arima Terhadap Keputusan Investasi Pada Perusahaan Perbankan Dalam Indeks LQ45. *JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi)*, 5(1), 75. <https://doi.org/10.32503/akuntansi.v5i1.5311>
- Htun, H. H., Biehl, M., & Petkov, N. (2024). Forecasting relative returns for S&P 500 stocks using machine learning. *Financial Innovation*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-024-00644-0>
- Juanda, B., & Junaidi. (2012). *Ekonometrika Deret Waktu: Teori dan Aplikasi*. IPB Press.
- Julian, R., & Pribadi, M. R. (2021). Peramalan Harga Saham Pertambangan Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Menggunakan Long Short Term Memory (LSTM). *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(3), 1570–1580. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i3.1159>
- Mohan, M., Kishore Raja, P. C., Velmurugan, P., & Kulothungan, A. (2023). Holt-Winters Algorithm to Predict the Stock Value Using Recurrent Neural Network. *Intelligent Automation and Soft Computing*, 35(1), 1151–1163. <https://doi.org/10.32604/iasc.2023.026255>
- Ningsih, N. R., Azis, M., & Hasyim, S. H. (2024). Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap Harga Saham Bank BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(4), 550–561. <https://doi.org/10.61579/future.v2i4.192>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Buku Saku Pasar Modal*. Jakarta: OJK; Otoritas Jasa Keuangan.
- Partomuan, F. T., & Simamora, S. C. (2021). Pengaruh Cr, Der Dan Roe Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Konstruksi Yang Terdaftar Di Indeks Idx Value 30 Periode 2015-2019. *Jimen Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 242–255.
- Pratama, K. J. (2024). *Menuju Ekonomi Berkeadilan: Optimalisasi Sektor Perbankan BUMN*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.

Peran Pemerintah dan Manajemen Pemasaran Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Di Tepi Laut Tanjungpinang

**Putri Dwi Novrina¹, Gusman², Ahwe Eliza Nanda³, Arianto Saputra Daeli⁴, Handoko⁵,
Hendi Gunawan⁶, Jeksen⁷, Michael Fernando⁸**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tanjungpinang ⁻¹pdnovrina13@gmail.com
⁻²tugasgusman5505@gmail.com
⁻³sekretariat@stie-pembangunan.ac.id
⁻⁴saputradaeli@gmail.com
⁻⁵handoko25@gmail.com
⁻⁶hendigunawan@gmail.com
⁻⁷Jeksen666@gmail.com
⁻⁸michaelfernando@gmail.com

Abstrak— Seaside MSMEs in Tanjungpinang Kota District are more than just a place to shop. There, visitors can enjoy various amusement rides and musical performances that attract the attention of local people and tourists. The development of MSMEs cannot be separated from the support of the government, and the sustainability of MSMEs must be realized in order to increase state income, but for the sustainability of MSMEs it must also be supported by MSME actors in how they must maintain their business so that liquidation does not occur. This research uses descriptive qualitative methods by clarifying roles and others to obtain interview results by the sea. The government is tasked with establishing clear policies, MSMEs that open on the Tanjung Pinang waterfront must apply for permits, obtain stalls for free, and utilize existing facilities in the form of electricity, lighting and cleaning facilities. Electricity use for MSMEs depends on how many lamps are used, owners of electric cars which are usually rented to customers have experienced a separate increase in electricity rates. The use of electricity in MSMEs depends on how much electricity they use, one of which is the usual electric car business. Marketing management is still in line with what has been stated by Barnlund Johannessen, namely interpersonal communication, the reputation of MSME actors is an attraction because the food that MSME actors sell is of high quality, the length of time the activity lasts.

Keywords *Role of Government, Government Management, Tanjungpinang Seaside MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Pada perekonomian Indonesia terdapat salah satu pilar terpenting yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini telah mencapai 64,2 juta unit. Sektor ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yakni sebesar 61,07%, yang setara dengan 8.573,89 triliun rupiah. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, UMKM juga memiliki dampak besar terhadap ketenagakerjaan. Usaha di sektor ini mampu menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja, atau sekitar 97% dari total angkatan kerja di Indonesia. Tak hanya itu, UMKM juga berkontribusi dalam sektor investasi, dengan mampu menghimpun hingga 60,4% dari total nilai investasi di dalam negeri. (Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2023a).

Indonesia menjadikan sektor UMKM sebagai sektor yang fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar, sehingga banyak dilihat sebagai solusi untuk memperkuat perekonomian di tingkat lokal maupun nasional. Menurut (Halim, 2020) UMKM merupakan jenis usaha yang memproduksi barang dan jasa dengan memanfaatkan bahan baku yang berasal dari sumber daya alam, bakat, dan seni tradisional lokal. Ciri-ciri UMKM antara lain adalah bahan baku yang mudah didapatkan, penggunaan teknologi sederhana yang memudahkan penerapan teknologi baru, keterampilan yang umumnya diwariskan secara turun-temurun, serta bersifat padat karya yang menyerap banyak tenaga kerja. UMKM memiliki peluang pasar yang luas, dengan sebagian besar produknya diterima di pasar lokal, meskipun ada juga potensi untuk diekspor. Beberapa komoditas UMKM memiliki ciri khas yang berkaitan dengan budaya dan seni daerah setempat, serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, terutama yang berada dalam golongan ekonomi lemah (Aliyah, 2022).

Perkembangan UMKM di Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan, baik dalam hal kualitas

produk maupun manajemen usaha. Dukungan dari pemerintah Indonesia dalam bentuk kebijakan dan program pengembangan UMKM telah berperan besar dalam kemajuan sektor ini. Berbagai bantuan, seperti pelatihan, akses permodalan, serta kemudahan dalam regulasi dan pemasaran, memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Selain itu, dukungan tersebut juga penting untuk mengantisipasi tantangan yang mungkin muncul di masa depan, seperti fluktuasi ekonomi, persaingan global, dan kebutuhan untuk berinovasi. Penguatan sektor UMKM diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkokoh ketahanan ekonomi nasional dalam menghadapi berbagai dinamika ekonomi global yang terus berkembang (Rosyda, 2024). Dirjen Perbendaharaan memiliki peran aktif dengan memberikan dukungan perkembangan dan pengutang UMKM melalui program-program sebagai berikut (Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2023b) :

1. Sistem Informasi Kredit Program (SIKP)

SIKP adalah aplikasi yang dirancang agar teralisasinya sistem kredit dan pelaksanaanya tepatnya Kredit Usaha Rakyat (KUR). Pengembangan sistem yang dilakukan oleh Direktorat Sistem Perbendaharaan dan berperan penting dalam distribusi KUR Mikro. Kehadiran SIKP, memberikan harapan mampu menjadi sistem peringatan dini agar penyaluran KUR lebih bisa tersampaikan dan kapasitas, menghadirkan data valid terkait debitur serta calon debitur potensial, membantu dalam pengambilan kebijakan, serta mengotomatisasi proses validasi tagihan subsidi bunga yang ditanggung pihak lembaga negara.

Sebagai langkah inovatif, Direktorat Jenderal Perbendaharaan mengembangkan SIKP dengan basis data tunggal yang terintegrasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Hal ini mempermudah proses pemantauan, evaluasi, dan penilaian efektivitas penyaluran KUR. Sebagai administrator, Ditjen Perbendaharaan juga menugaskan berbagai pihak wilayah untuk memberikan pengenalan serta pelatihan dalam menggunakan SIKP terhadap pemangku daerah selaku pelaksana.

2. Pembiayaan Ultra Mikro (UMi)

Pembiayaan Ultra Mikro (UMi) adalah kelanjutan dari program bantuan sosial yang bertujuan mendukung kemandirian usaha bagi pelaku usaha mikro yang belum terjangkau perbankan melalui KUR. Sejak 2017, pemerintah menghadirkan program UMi sebagai pelengkap KUR dengan plafon maksimal Rp10 juta per debitur, yang disalurkan melalui Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).

Pemerintah menunjuk Badan Layanan Umum (BLU) Pusat Investasi Pemerintah (PIP) sebagai pengelola dana UMi. Beberapa lembaga yang menyalurkan pembiayaan UMi di antaranya PT Pegadaian (Persero), PT Bahana Artha Ventura, dan PT Permodalan Nasional Madani (Persero). Dana UMi berasal dari APBN, kontribusi pemerintah daerah, serta lembaga keuangan domestik maupun global.

Pada Festival UMi 2022 di Balikpapan, Direktur Utama PIP, Ririn Kadariyah, menyampaikan bahwa hingga 2021, Alokasi biaya yang telah diberikan melalui 51 LKBB lebih dari 5,3 Jt pelaku usaha ultra mikro dengan total pencapaian nilai yang telah diberikan sebesar Rp 18 T. Sedangkan, Dirjen Perbendaharaan periode 2021–2022, Hadiyanto, menegaskan bahwa UMi telah berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, yang tercermin dari pertumbuhan ekonomi debitur UMi.

3. Rumah UMi

Selain menyediakan akses pembiayaan melalui program UMi, Ditjen Perbendaharaan juga mendukung UMKM dengan pelatihan dan pemasaran. Program ini dijalankan melalui instansi vertikal di daerah untuk membantu UMKM meningkatkan kualitas produk, daya saing, serta memperluas pemasaran. Salah satu inisiatif yang diterapkan adalah Rumah UMi.

Rumah UMi berperan dalam mendukung pemasaran produk UMKM dengan menyediakan ruang bagi debitur UMi untuk menjual produk mereka menggunakan aset idle milik Kementerian Keuangan. Selain itu, Rumah UMi juga menyediakan fasilitas pelatihan dan pendampingan usaha secara gratis. Saat ini, Rumah UMi telah hadir di beberapa daerah, seperti Maluku Utara dan Makassar.

4. Digipay (Digital Payment)

Keberhasilan UMKM dalam bertahan dan berkembang selama pandemi sangat bergantung pada kemampuannya dalam beradaptasi dengan digitalisasi. Pembatasan mobilitas yang diterapkan pemerintah mendorong UMKM untuk mengadopsi inovasi dalam operasional dan transaksi bisnis mereka, termasuk pemanfaatan e-commerce dan sistem pembayaran nontunai (cashless payment).

Dalam era digital saat ini, UMKM perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, salah

satunya melalui penerapan transaksi digital di platform marketplace. Adaptasi ini menjadi kunci bagi UMKM agar tetap kompetitif di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat. UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang, mengingat berbagai faktor yang mendukung keberlanjutannya. Salah satu faktor utama adalah adanya pasar yang luas, baik di tingkat lokal maupun internasional, serta ketersediaan bahan baku yang mudah didapatkan, yang memungkinkan usaha ini untuk terus berjalan dan berinovasi (Syamsiah Muhsin, 2022). Peluang UMKM sebagai usaha juga memiliki potensi besar dan menjadi andalan dalam pengembangan ekonomi di masa depan sangatlah menjanjikan. Beberapa peluang yang dapat diidentifikasi antara lain sebagai berikut (Simangunsong, 2022):

1. Peran Industri Kecil dalam memperluas lowongan pekerjaan: UMKM memiliki peran signifikan dalam menyerap tenaga kerja, dengan perkiraan kontribusinya dapat mencapai sekitar lima puluh persen dari total penyerapan tenaga kerja di sektor ini. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya sebagai pendorong perekonomian, tetapi juga sebagai penyedia lapangan pekerjaan yang penting, terutama bagi masyarakat di tingkat lokal. Dengan meningkatkan jumlah UMKM yang berkembang, penyediaan pekerjaan untuk masyarakat akan semakin luas dan merata.
2. Peluang untuk Memiliki Segmen Usaha yang Unik dan Berbeda dari Pesaing: UMKM memiliki fleksibilitas untuk menciptakan produk dan layanan yang unik, yang membedakan mereka dari pesaing lainnya. Dengan ciri khas yang berhubungan dengan budaya lokal, seni, atau kebutuhan pasar tertentu, UMKM dapat menciptakan niche market (segmen pasar) yang sangat spesifik. Hal ini memberi mereka keunggulan kompetitif, karena produk yang ditawarkan tidak hanya sekadar barang atau jasa, tetapi juga dapat menjadi simbol dari suatu identitas atau kebutuhan yang belum terpenuhi oleh pemain besar di pasar.
3. Peluang Berinovasi dan Memanfaatkan Segmen Pasar yang Belum Terisi: UMKM memiliki kesempatan besar untuk berinovasi dalam hal produk, layanan, atau model bisnis. Karena skalanya yang lebih kecil, mereka dapat lebih cepat menyesuaikan diri dengan tren pasar baru dan memenuhi kebutuhan yang belum terjangkau oleh perusahaan besar. Hal ini memungkinkan mereka untuk menciptakan solusi baru yang lebih relevan dengan kondisi pasar yang terus berubah. Selain itu, UMKM juga memiliki kesempatan untuk menggali dan memenuhi segmen pasar yang belum terisi, membuka peluang untuk mengeksplorasi produk atau layanan yang lebih spesifik dan mendalam.
4. Pengelolaan yang Sederhana dan Fleksibel terhadap Perubahan Pasar: Salah satu keuntungan utama yang dimiliki oleh UMKM adalah kemampuannya untuk menjalankan manajemen yang lebih sederhana namun tetap efisien. Dengan struktur organisasi yang tidak terlalu kompleks, UMKM dapat lebih fleksibel dalam merespons perubahan pasar atau kebutuhan konsumen yang berkembang. Hal ini memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kondisi pasar yang dinamis dan menjaga agar bisnis tetap relevan dan kompetitif. Fleksibilitas dalam pengelolaan juga memberikan UMKM kebebasan untuk bereksperimen dan berinovasi tanpa terikat oleh birokrasi yang rumit.

Secara keseluruhan, peluang UMKM sangat terbuka lebar di masa depan. Dengan memanfaatkan peran pentingnya dalam penyerapan tenaga kerja, menciptakan produk yang unik, berinovasi, serta menjalankan manajemen yang fleksibel, UMKM dapat menjadi pilar utama dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Pemanfaatan peluang ini akan semakin meningkatkan kompetitor UMKM, tidak hanya di perdagangan lokal, tetapi juga di perdagangan global.

Namun, Pengembangan UMKM masih harus menghadapi tantangan yang masih ada. Beberapa tantangan utama yang seringkali dihadapi oleh pelaku UMKM, yang dapat menghambat laju pertumbuhannya (Syamsiah Muhsin, 2022), antara lain sebagai berikut:

1. Keterbatasan Kemampuan Sumber Daya Manusia, Terutama dalam Manajemen dan Pembukuan: Salah satu kendala besar yang dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya kemampuan dalam mengelola aspek-aspek penting seperti manajemen dan pembukuan. Banyak pelaku UMKM yang memiliki keterampilan di bidang produksi atau kerajinan, namun kurang menguasai cara mengelola usaha secara efektif, termasuk dalam hal keuangan dan administrasi. Ketidakmampuan dalam membuat perencanaan dan pencatatan keuangan yang tepat dapat menghambat pertumbuhan usaha dan bahkan menimbulkan masalah keuangan yang serius.
2. Keterbatasan dalam Distribusi dan Pemasaran Produk: Banyak produsen UMKM yang lebih fokus pada aspek produksi dan pengembangan produk, namun kurang memperhatikan

pentingnya pemasaran dan distribusi yang efektif. Tanpa strategi pemasaran yang baik, produk yang dihasilkan oleh UMKM akan sulit dikenal dan diterima oleh pasar. Hal ini seringkali mengakibatkan terbatasnya jangkauan pasar dan potensi penjualan yang terbuang sia-sia. Keterbatasan dalam membangun saluran distribusi yang kuat dan efisien menjadi salah satu hambatan utama bagi UMKM dalam memperluas pasar mereka.

3. Keterbatasan dalam Membangun Kepercayaan Konsumen: Kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM sering kali masih rendah, terutama karena banyaknya pesaing atau karena produk tersebut belum dikenal luas. Menciptakan citra terhadap konsumen bukan sebuah tantangan yang mudah dihadapi dan memerlukan waktu serta usaha yang konsisten. UMKM yang tidak mampu menunjukkan kualitas dan keandalan produk mereka, serta menjaga hubungan baik dengan konsumen, berisiko kehilangan pangsa pasar.
4. Minimnya Monitoring dan Evaluasi, Baik dari Pemerintah Maupun Produsen Sendiri: Tanpa adanya proses monitoring dan evaluasi yang baik, baik dari pihak produsen maupun pemerintah, perkembangan UMKM cenderung tidak terarah dan kurang optimal. Evaluasi yang rutin diperlukan untuk melihat sejauh mana kemajuan usaha, apakah strategi yang diterapkan efektif, dan apakah ada aspek yang perlu diperbaiki. Jika tidak ada evaluasi yang jelas, UMKM akan kesulitan dalam melakukan perbaikan yang diperlukan untuk tetap bersaing di pasar.
5. Keterbatasan dalam Pengembangan Usaha karena Minimnya Sumber Pembiayaan: Salah satu tantangan terbesar bagi UMKM adalah akses yang terbatas ke sumber pembiayaan. Tanpa modal yang cukup, pengembangan usaha akan terhambat, dan inovasi yang diperlukan untuk tetap bersaing juga sulit diwujudkan. Banyak UMKM yang terhambat dalam meningkatkan kapasitas produksi atau memperluas pasar karena kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini juga diperparah dengan kurangnya pengetahuan tentang bagaimana cara mengakses sumber dana yang ada.

Selain faktor-faktor tersebut, kurangnya inovasi dan kreativitas juga menjadi titik lemah dalam pengembangan UMKM. Inovasi yang terbatas membuat banyak produk UMKM tidak dapat berkembang atau menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Ditambah lagi, kemampuan untuk melihat peluang pasar yang ada juga sangat terbatas, yang mengakibatkan UMKM kesulitan dalam menciptakan produk yang sesuai dengan tren atau permintaan konsumen. Selain itu, strategi pemasaran, sistem jaringan distribusi, dan promosi yang kurang efektif juga menjadi faktor yang menghambat kemampuan UMKM untuk bersaing, terutama di pasar yang sangat kompetitif. Tanpa adanya perencanaan dan strategi yang matang dalam pemasaran dan promosi, produk UMKM sulit untuk dikenal dan dijual di pasar yang lebih luas, sehingga mengurangi peluang mereka untuk berkembang. Secara keseluruhan, tantangan-tantangan ini memerlukan perhatian khusus dan solusi yang tepat agar pengembangan UMKM bisa berjalan dengan lebih lancar dan efektif. Pembinaan dalam hal manajemen, pemasaran, pembiayaan, serta peningkatan inovasi dan kreativitas sangat penting untuk mengatasi berbagai kendala yang ada dan memastikan bahwa UMKM dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang semakin dinamis.

Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari dukungan dan peran aktif pemerintah dalam mempercepat pertumbuhan sektor ini. Pemerintah berperan penting dalam berbagai aspek, terutama dalam mendukung penyaluran kredit untuk UMKM dan menyelenggarakan berbagai pelatihan untuk meningkatkan kapasitas para pelaku usaha kecil. Salah satu bentuk peran pemerintah yang signifikan adalah melalui penyediaan dana dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) untuk subsidi bunga dalam skema kredit bagi UMKM. Namun, dana kredit atau pembiayaan yang diberikan sepenuhnya (100%) bersumber dari bank-bank yang telah ditunjuk oleh pemerintah sebagai bank pelaksana. Hal ini menjadi prioritas pemerintah untuk pemulihan UMKM karena merupakan salah satu pilar penting dalam kebangkitan ekonomi nasional (Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, 2021).

Selain itu, pemerintah juga memiliki peran penting dalam memastikan bahwa UMKM dapat memenuhi persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan tersebut. Pemerintah bertugas menetapkan kebijakan yang jelas, serta menentukan prioritas usaha yang akan menerima kredit. Proses ini tidak hanya sebatas pemberian kredit, tetapi juga mencakup pembinaan dan pendampingan kepada UMKM selama masa kredit berlangsung. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan UMKM dapat mengelola pembiayaan dengan baik dan terus berkembang. Pemerintah juga memfasilitasi hubungan antara UMKM dengan pihak-pihak lain, seperti lembaga keuangan atau investor, yang dapat mendukung perkembangan usaha mereka.

Salah satu program yang sangat dikenal oleh masyarakat adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR),
Halaman 87

yang dirancang khusus untuk membantu UMKM, terutama yang termasuk dalam kategori layak namun tidak memiliki agunan yang cukup untuk memenuhi persyaratan bank. Program KUR memberikan kesempatan bagi UMKM untuk mendapatkan pembiayaan meskipun mereka tidak memiliki jaminan yang biasanya diperlukan dalam kredit perbankan. KUR ini ditujukan untuk UMKM dan koperasi yang tidak sedang menerima pembiayaan dari bank atau program kredit pemerintah lainnya pada saat pengajuan permohonan (Siregar & Jaffisa, 2020).

Manajemen pemasaran adalah merancang strategi untuk memasarkan produk dengan tujuan meningkatkan profit. Mengingat peristiwa beberapa tahun lalu, saat dunia dilanda pandemi Covid-19 yang mengganggu dan membatasi aktivitas manusia, dampak tersebut tentu dirasakan oleh perusahaan mikro, kecil, dan menengah. Dalam situasi tersebut, pemasaran produk beralih ke platform digital sebagai upaya untuk bertahan. Penelitian yang dilakukan oleh Universitas Brawijaya (Kabupaten Bone Bolango, 2021) (Badan Pusat Statistik, 2021), menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan omset penjualan UMKM hingga 30%. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif adalah keterbatasan sumber daya, baik dalam hal keuangan, tenaga kerja, maupun pengetahuan pemasaran. Banyak UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti penjualan langsung, pameran, atau menitipkan produk di toko-toko. Meskipun metode tersebut dapat memberikan hasil, seringkali cara-cara ini kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Wita Setiawati et al., 2024).

Kemajuan teknologi digital telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk mengadopsi strategi pemasaran yang lebih efektif, efisien, dan terjangkau. Melalui pemanfaatan berbagai platform digital, seperti media sosial, situs web, dan e-commerce, UMKM kini dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan lebih mudah. Penggunaan media sosial memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, membangun hubungan yang lebih erat, dan meningkatkan kesadaran merek (brand awareness). Selain itu, situs web dan platform e-commerce memberi akses kepada UMKM untuk memasarkan produk mereka secara online, yang dapat meningkatkan penjualan, bahkan hingga ke pasar internasional (Adhie Thyo Priandika, 2024).

Pemasaran digital tidak hanya menawarkan kemudahan dalam memperkenalkan produk, tetapi juga memberikan keuntungan berupa kemampuannya dalam mengumpulkan data yang berharga. Melalui berbagai alat analisis digital, UMKM dapat memahami perilaku konsumen, tren pasar, dan preferensi pelanggan dengan lebih baik. Informasi ini memungkinkan mereka untuk menyusun dan menyesuaikan strategi pemasaran yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Dengan data yang lebih terperinci, UMKM juga dapat mengoptimalkan anggaran pemasaran, meningkatkan efisiensi, serta mengidentifikasi peluang baru yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Sehingga, pemasaran digital tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga menjadi sumber daya strategis yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di era digital ini (Badan Ekonomi Kreatif, 2020).

Pemerintah memberikan berbagai macam insentif perpajakan guna mengurangi beban pajak yang harus ditanggung oleh karyawan UMKM, salah satunya adalah insentif Pajak Penghasilan (PPh Pasal 21) yang ditanggung sepenuhnya oleh pemerintah. Dengan adanya insentif ini, seseorang yang bekerja di sektor UMKM tidak perlu khawatir dengan kewajiban pajak mereka, karena beban pajak tersebut dibebankan pada pemerintah. Selain itu, bagi para pelaku UMKM, pemerintah juga memberikan insentif PPh Final dengan tarif hanya 0,5 persen yang juga sepenuhnya ditanggung oleh pemerintah, sebagai bentuk dukungan terhadap kelangsungan usaha kecil dan menengah. Insentif ini memungkinkan pelaku UMKM untuk fokus pada pengembangan usaha mereka tanpa harus terbebani oleh kewajiban perpajakan yang tinggi.

Lebih lanjut, Sebagai Wajib Pajak dibebaskan kewajiban perpajakan untuk melakukan penyetoran pajak atas kegiatan usaha yang telah dijalankan hingga mencapai batas tertentu, yang tentunya sangat meringankan pelaku usaha kecil. Dengan adanya kebijakan ini, pelaku UMKM juga tidak akan dikenakan pemotongan atau pemungutan pajak pada saat mereka melakukan pembayaran kepada pelaku usaha, sehingga proses transaksi bisa berjalan lebih lancar dan efisien. Pemerintah juga memberikan insentif tambahan berupa PPh Pasal 22 Impor yang ditujukan untuk membantu pelaku UMKM dalam menghadapi beban biaya impor. Insentif-insentif ini bertujuan untuk mendukung kelangsungan dan perkembangan UMKM, agar mereka bisa tumbuh dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya tanpa terbebani oleh kewajiban perpajakan yang memberatkan (Kantor Pelayanan Pajak Tanjungpinang, 2024).

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat dilakukan melalui berbagai cara. Salah satunya adalah dengan memahami karakteristik wirausaha, memperoleh modal, serta mengelola usaha dengan baik, termasuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini akan memperlihatkan kemajuan dalam perkembangan UMKM. Sikap optimis dan percaya diri untuk berkembang dalam bidang UMKM menjadi landasan penting bagi kemajuan UMKM di Tanjungpinang. Pengembangan UMKM juga tidak lepas dari pentingnya inovasi dalam usaha, yang dapat mencakup perubahan dalam tampilan produk, lokasi, atau metode pengolahan. Salah satu contoh inovasi yang dibutuhkan adalah pada kemasan produk. Banyak UMKM yang masih menggunakan pengemasan sederhana karena keterbatasan kemampuan dalam menciptakan produk baru atau kurangnya dorongan untuk mencoba hal-hal baru. Kondisi ini membuat para pelaku UMKM kesulitan untuk bersaing dengan perusahaan lain yang lebih fokus pada inovasi produk mereka. Di sisi lain, strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perkembangan UMKM. Pemasaran yang efektif akan mendukung pencapaian tujuan usaha.

Salah satu faktor yang menghambat perkembangan UMKM adalah minimnya upaya promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Banyak dari mereka yang hanya mengandalkan promosi secara lisan atau dari mulut ke mulut, yang membuat kegiatan promosi kurang efektif. Kurangnya pemahaman dan penguasaan teknologi juga membuat pelaku UMKM sulit untuk memperluas pasar dan mencapai audiens yang lebih luas (Nurdiah, 2021).

UMKM Tepi Laut di Kecamatan Tanjungpinang Kota lebih dari sekadar tempat untuk berbelanja. Di sana, pengunjung dapat menikmati berbagai wahana hiburan dan pertunjukan musik yang menarik perhatian masyarakat lokal maupun wisatawan. Keberhasilan untuk memberikan daya tarik terhadap pemerintah menjadi pusat perhatian, suasana yang hidup dan ramai tercipta melalui deretan tenda berwarna-warni yang menjajakan berbagai barang, mulai dari makanan dan minuman hingga pakaian, aksesoris, dan barang kebutuhan lainnya. Seiring waktu, kegiatan tersebut berkembang tidak hanya menjadi ajang transaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga telah menjadi penggerak perekonomian dalam skala besar.

Seiring dengan pertumbuhannya, UMKM Tepi Laut Tanjungpinang kini menjadi tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat setempat dan wisatawan. Kegiatan ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, berfungsi sebagai tempat rekreasi sekaligus sebagai sumber mata pencaharian bagi para pedagang. Selain mencerminkan aktivitas ekonomi, kegiatan ini juga menggambarkan kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat. Dalam beberapa tahun terakhir, UMKM Tepi Laut mengalami perkembangan pesat, yang terlihat dari meningkatnya jumlah pedagang dan pengunjung, baik dari kalangan lokal maupun wisatawan. Kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan dan perekonomian masyarakat setempat sangat signifikan, tempat tersebut didukung oleh pemerintah melalui fasilitas-fasilitas guna melancarkan pergerakan ekonomi UMKM Tepi Laut Tanjungpinang.

2. METODE

Penelitian ini difokuskan pada menganalisa Peran Pemerintah dan Manajemen Pemasaran Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang. Penelitian dilakukan pada seluruh UMKM makanan dan minuman serta tempat rekreasi di Tepi Laut Tanjungpinang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memperjelas segala bantuan atau peran yang dilakukan pemerintah dalam mendukung kegiatan usaha UMKM dan melakukan alternatif pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar terhadap produk. Pada penelitian ini, jenis sumber data yang digunakan untuk mendukung proses penelitian adalah :

1. Data Primer, yaitu data yang diambil pada lokasi penelitian melalui wawancara langsung pelaku UMKM di Tepi Laut Kota Tanjungpinang.
2. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh sumber peneliti lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Data tersebut mencakup hasil penelitian terdahulu, literatur, serta data dari objek penelitian yang dibutuhkan dalam proses penyusunan penelitian ini.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah Teknik wawancara, melakukan komunikasi langsung kepada responden pada studi kasus yang diambil untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam terkait dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk menggali pandangan, pengalaman, serta informasi yang dapat memberikan wawasan lebih jelas mengenai topik yang diteliti.

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, yang berfokus pada evaluasi hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Tujuan utama dari analisis data kualitatif adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut, sehingga peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan cara yang lebih komprehensif dan terperinci. Berbeda dengan analisis kuantitatif yang lebih mengutamakan angka dan statistik, analisis kualitatif lebih menekankan pada pemahaman fenomena secara holistik melalui pengolahan data naratif atau deskriptif (Duniadosen.com, 2023). Proses analisis ini melibatkan transformasi data yang terkumpul menjadi informasi yang lebih terstruktur, sistematis, dan bermakna, sehingga hasilnya dapat memberikan gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti serta memberikan solusi yang relevan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Nurfadhera Faizti, 2023) :

1. Pemerasolehan Data, Data yang diambil dalam studi kasus ini berupa informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan responden.
2. Reduksi Data, Proses reduksi data dilakukan dengan cara menyaring, merangkum, dan mengidentifikasi hasil wawancara sesuai dengan variabel yang terkait, yaitu peran pemerintah dan manajemen pemasaran.
3. Penyajian Data, Data yang telah dianalisis disajikan dalam bentuk uraian singkat yang mengarah pada pembahasan mengenai peran pemerintah dan strategi manajemen pemasaran yang diterapkan.
4. Penarikan Kesimpulan, Berdasarkan hasil penyajian data dan studi pustaka, akan ditarik kesimpulan akhir yang menjelaskan sejauh mana pengaruh peran pemerintah dan manajemen pemasaran terhadap keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kawasan Tepi Laut Tanjungpinang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tepi Laut di Kota Tanjungpinang menyajikan panorama indah perairan Selat Riau serta beberapa pulau di sekitarnya, seperti Pulau Penyengat, Pulau Paku, Pulau Terkulai, Pulau Los, Senggarang, dan Kampung Bugis. Kawasan ini membentang dari Jalan H. Agus Salim, kemudian menuju Jalan Hang Tuah, Jalan Lingkar Gurindam 12, hingga mencapai Jalan SM. Amin atau yang juga dikenal sebagai Jalan Samudera. Tepi Laut yang berdekatan dengan akses bagi para wisatawan melalui Pelabuhan Sri Bintan Pura datang ke kota Tanjungpinang. Tepi Laut menjadi salah pusat perhatian bagi penduduk kota Tanjungpinang untuk menghabiskan waktu seperti jogging di pagi atau siang hari, senam, jalan-jalan dan tidak dapat dihindari bahwa penduduk Tanjungpinang berpariwisata disekitar Tepi Laut. Tepi Laut menjadi daya tarik orang-orang disebabkan berbagai pedagan kaki lima yang dibuka. Pelataran Tugu Sirih di Tepi Laut sering menjadi lokasi berbagai acara berskala besar. Kawasan ini juga dikenal dengan keberadaan beberapa bangunan ikonik di Tanjungpinang, seperti Gedung Gonggong yang telah lama ada menghadirkan daya tarik untuk berpariwisata, Tugu Gonggong, dan Gedung LAM Provinsi Kepulauan Riau. Dahulu Tepi Laut merupakan area bebas parkir dan pernah memiliki Patung Anjing Laut. Keindahan yang mampu menarik orang-orang dan banyak diminati bagi parawisata baik dari Bukit Panorama atau Taman Gurindam yang terletak sekitar Kawasan. Penyediaan taman oleh pemerintah adalah salah satu dasar untuk membagikan panorama Kawasan Tanjungpinang.



Gambar 3.1
Tepi Laut Tanjungpinang

Pembahasan

Peran Pemerintah terhadap keberlanjutan usaha UMKM

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, diketahui bahwa semua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di kawasan Tepi Laut diberikan tempat berjualan secara gratis. Para pedagang hanya perlu menyewa stand berbentuk kerucut atau membangun stand sendiri, dengan syarat terlebih dahulu mengajukan izin dan melengkapi administrasi yang diperlukan kepada pemerintah daerah. Terkait dengan pembayaran sewa tenda, para pedagang UMKM di kawasan tersebut mengatur biaya sewa secara bersama-sama, sesuai kesepakatan. Iuran yang ditetapkan disesuaikan dengan lokasi berdagang yang digunakan, dan pembayarannya dilakukan secara bertahap. Ada yang dikenakan biaya sewa sebesar 800 ribu rupiah, sementara ada juga yang membayar hingga 1 juta rupiah. Selain itu, beberapa pelaku UMKM yang beruntung juga menerima bantuan berupa gerobak dan kontainer secara cuma-cuma. Informasi ini juga diperkuat dengan berita yang menyebutkan bahwa Gubernur Kepulauan Riau, H. Ansar Ahmad, menyerahkan bantuan gerobak jualan kepada 79 pedagang kaki lima di kawasan Tepi Laut (TPL) yang dilaksanakan di Lapangan Pamedan Ahmad Yani, Kota Tanjungpinang. Bantuan ini berasal dari dana insentif Pemerintah Kota Tanjungpinang yang totalnya sebesar Rp17,5 miliar, yang bisa digunakan untuk berbagai kegiatan, antara lain program padat karya, penanggulangan stunting, penyelenggaraan pasar murah, serta pemberdayaan ekonomi UMKM, salah satunya melalui pemberian bantuan gerobak jualan.

Sebanyak Rp711 juta dialokasikan untuk pengadaan 79 unit gerobak yang disalurkan melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Tanjungpinang. Gubernur Ansar juga menambahkan bahwa mereka yang belum menerima bantuan gerobak diharapkan dapat bersabar, karena pada tahun 2024 mendatang, Pemerintah Kota Tanjungpinang akan menyediakan 80 unit gerobak khusus berupa kontainer. Langkah ini merupakan bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi pelaku UMKM, terutama pada akhir tahun 2023. Gubernur Ansar berharap agar bantuan gerobak ini dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh para pedagang di kawasan Tepi Laut untuk mengembangkan usaha mereka. Selain itu, beliau mengingatkan agar para penerima bantuan dapat menjaga dan merawat gerobak yang diberikan dengan baik, karena hal ini tidak hanya akan mendukung pertumbuhan ekonomi mereka secara individu, tetapi juga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Provinsi Kepulauan Riau secara keseluruhan. Dengan adanya bantuan ini, diharapkan pedagang kaki lima di TPL dapat memiliki kesempatan untuk memperluas usaha dan meningkatkan pendapatan mereka, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap perekonomian lokal (Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau, 2023).

Selain mendapatkan tempat berjualan secara gratis, para pelaku UMKM di kawasan Tepi Laut juga memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah, seperti penggunaan listrik dari PLN dan fasilitas kebersihan. Setiap pelaku usaha dikenakan biaya sebesar Rp 5.000 per hari untuk penggunaan satu lampu dan biaya serupa untuk fasilitas kebersihan, dengan total biaya harian yang dikeluarkan mencapai Rp 10.000. Biaya ini berlaku untuk para pedagang yang menjual makanan dan minuman di kawasan tersebut. Selain itu, peneliti juga mewawancara pemilik sepeda dan mobil mainan bertenaga listrik yang juga beroperasi di kawasan Tepi Laut. Pemilik kendaraan mainan tersebut mengungkapkan bahwa mereka dikenakan biaya sebesar Rp 20.000 per hari untuk penggunaan fasilitas listrik yang disediakan.

Manajemen pemasaran terhadap keberlanjutan usaha UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden di kawasan UMKM Tepi Laut menerapkan strategi pemasaran melalui komunikasi interpersonal. Hal ini sejalan dengan pernyataan Barnlund Johannessen, yang menyebutkan bahwa komunikasi antarpribadi terjadi ketika individu bertemu langsung dan berinteraksi secara langsung, dengan fokus pada pertukaran informasi baik secara verbal maupun nonverbal (Gramedia Blog, 2021). Dalam konteks ini, para pelaku UMKM melakukan penawaran produk secara langsung kepada calon konsumen yang melintas di kawasan tersebut. Hal ini terjadi karena sebagian besar pelaku UMKM masih belum terbiasa dengan penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, meskipun beberapa dari mereka mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan terutama GoFood untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Pada bagian pemasaran melalui teknologi masih belum sepenuhnya dimaksimalkan, sebagian

besar pelaku UMKM di Tepi Laut sudah menjalankan usaha mereka sejak lama. Beberapa responden bahkan mengungkapkan bahwa mereka telah berjualan di kawasan ini sejak tahun 2014, dan terus berlanjut hingga 2019 dan 2024. Keberlangsungan usaha ini tidak terlepas dari tingginya jumlah pengunjung, terutama pada akhir pekan, seperti hari Sabtu dan Minggu, yang membuat kawasan ini selalu ramai dikunjungi. Para pelaku UMKM mengakui bahwa ketertarikan konsumen yang melintas menunjukkan bahwa mereka tidak hanya mengandalkan konsumen tetap atau loyal, tetapi juga berusaha menarik perhatian konsumen baru yang datang setiap saat. Sehingga perlu melakukan beberapa tindakan dengan tujuan untuk menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen, para responden juga menekankan pentingnya menjaga kualitas rasa produk yang mereka jual. Mereka percaya bahwa kualitas yang konsisten akan memastikan pelanggan tidak kecewa dan kembali lagi.

Keberadaan kawasan Tepi Laut Tanjungpinang tidak hanya berfungsi sebagai tempat berdagang, tetapi juga menjadi pusat perekonomian yang mendukung perkembangan UMKM. Para pelaku usaha di kawasan ini terus berupaya menjaga reputasi mereka melalui kualitas produk yang baik dan pelayanan yang ramah, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, meskipun beberapa pelaku UMKM masih bergantung pada metode pemasaran konvensional, mereka mulai menyadari pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi untuk memperluas pasar dan bersaing dengan lebih efektif. Meski pelaku UMKM di kawasan Tepi Laut memperoleh keuntungan dari tempat berjualan gratis, para responden yang diwawancara mengungkapkan bahwa kebersihan kawasan tersebut juga merupakan aspek penting yang harus dijaga. Menjaga kebersihan bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga merupakan kewajiban bersama antara pelaku UMKM dan konsumen. Para pelaku usaha di kawasan Tepi Laut menyadari bahwa kebersihan adalah faktor yang sangat memengaruhi kenyamanan pelanggan, serta memberikan kesan positif terhadap lingkungan usaha mereka. Oleh karena itu, mereka mengimbau agar seluruh pihak, baik pedagang maupun pengunjung, dapat bekerja sama untuk menjaga kebersihan, sehingga kawasan tersebut tetap menjadi tempat yang nyaman dan menarik untuk berbelanja.

Pemerintah setempat juga berperan dalam menyediakan sarana kebersihan yang mendukung upaya ini, namun tanpa kerjasama dari para pelaku UMKM dan masyarakat, dalam menjaga kebersihan kawasan tersebut tidak akan maksimal. Dengan adanya kesadaran bersama akan pentingnya kebersihan, diharapkan kawasan Tepi Laut Tanjungpinang bisa terus berkembang sebagai pusat ekonomi UMKM yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para konsumen.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kawasan Tepi Laut Tanjungpinang memberikan dukungan signifikan terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan menyediakan tempat berjualan gratis bagi para pelaku usaha. Para pedagang hanya perlu menyewa stand atau membangun stand sendiri setelah mendapatkan izin dan menyelesaikan administrasi yang diperlukan. Selain itu, bantuan dari pemerintah, seperti pemberian gerobak dan kontainer, turut mendukung kelancaran operasional para UMKM. Biaya operasional lain, seperti penggunaan listrik dan fasilitas kebersihan, juga telah disesuaikan untuk membantu pelaku usaha tanpa memberatkan mereka secara finansial.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh para pelaku UMKM di kawasan ini sebagian besar masih mengandalkan komunikasi interpersonal, di mana mereka melakukan penawaran produk secara langsung kepada calon konsumen yang melintas. Meskipun penggunaan teknologi digital untuk pemasaran sudah mulai diterapkan oleh sebagian pelaku usaha, kebanyakan mereka masih lebih memilih cara konvensional. Meskipun demikian, UMKM di kawasan Tepi Laut telah lama beroperasi dan terbukti mampu menarik konsumen tetap maupun konsumen baru, terutama pada akhir pekan yang ramai dikunjungi pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas produk menjadi faktor kunci dalam mempertahankan kelangsungan usaha mereka.

Selain itu, para pelaku UMKM di kawasan Tepi Laut juga menekankan pentingnya menjaga kebersihan area berjualan sebagai bagian dari tanggung jawab bersama antara pedagang dan konsumen. Kebersihan tidak hanya berdampak pada kenyamanan pelanggan, tetapi juga memengaruhi citra kawasan tersebut sebagai pusat perekonomian UMKM yang berkembang. Kerjasama antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat setempat sangat diperlukan untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan kawasan ini, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan daya tarik kawasan Tepi Laut sebagai destinasi ekonomi yang menguntungkan.

Sebagai berikut dapat diambil saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Meskipun sebagian pelaku UMKM telah mulai menggunakan media sosial dan platform digital seperti Instagram, WhatsApp, dan GoFood, masih banyak yang mengandalkan metode pemasaran konvensional. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan terkait pemasaran digital bagi para pelaku UMKM di kawasan Tepi Laut perlu terus ditingkatkan. Hal ini akan membantu mereka memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan memaksimalkan potensi keuntungan.
2. Meskipun sudah ada pemberian tempat berjualan gratis dan fasilitas pendukung lainnya, ada baiknya pemerintah daerah terus memperhatikan kualitas infrastruktur dan fasilitas yang disediakan, seperti fasilitas kebersihan dan penerangan. Pengelolaan yang lebih baik terhadap fasilitas ini dapat meningkatkan kenyamanan bagi pedagang dan pengunjung. Selain itu, perlu adanya perbaikan dan inovasi dalam penyediaan fasilitas seperti tempat parkir dan ruang publik yang mendukung kelancaran kegiatan ekonomi di kawasan Tepi Laut.
3. Kebersihan merupakan faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang nyaman untuk berdagang dan berkunjung. Untuk itu, perlu ada kesadaran lebih lanjut di kalangan pelaku UMKM dan masyarakat mengenai pentingnya menjaga kebersihan. Pemerintah setempat bisa lebih gencar mengadakan sosialisasi tentang pentingnya kebersihan, serta menambahkan fasilitas kebersihan yang memadai di seluruh area Tepi Laut. Dengan adanya kerjasama antara pedagang, pemerintah, dan konsumen, kawasan ini dapat terus berkembang sebagai pusat ekonomi yang bersih, nyaman, dan menarik bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhie Thyo Priandika, M. K. (2024). *Teknologi Digital untuk Mensejahterakan UMKM: Peluang dan Tantangan dalam Era Digital*. Website. <https://ftik.teknokrat.ac.id/teknologi-digital-untuk-mensejahterakan-umkm-peluang-dan-tantangan-dalam-era-digital/>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Badan Ekonomi Kreatif. (2020). *Peran Pemasaran Digital bagi UMKM*. Website. <https://www.bekraf.go.id/berita/page/17/peran-pemasaran-digital-bagi-umkm%0ABelch>,
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Bone Bolango 2021*. Website. <https://bonebolangokab.bps.go.id/id/publication/2021/12/28/b582a16ee280e8d3ab57cd0d/statistik-kesejahteraan-rakyat-kabupaten-bone-bolango-2021.html>
- Duniadosen.com. (2023). *Macam-Macam Analisis Data Kualitatif dalam Penelitian*. Website. <https://duniadosen.com/macam-macam-analisis-data-kualitatif/>
- Gramedia Blog. (2021). *Komunikasi Interpersonal: Komunikasi Antar Pribadi*. Website. https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-interpersonal/?srltid=AfmBOoou-c8pavxWZUNBYlwxZhJ_rPHGtt_L-5Su7nN5A7Z_bh6ZGtBF
- Halim. (2020). *Pengertian UMKM’Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*.
- Kabupaten Bone Bolango. (2021). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Bone Bolango 2021*. Website. <https://bonebolangokab.bps.go.id/id/publication/2021/12/28/b582a16ee280e8d3ab57cd0d/statistik-kesejahteraan-rakyat-kabupaten-bone-bolango-2021.html>
- Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Tanjung Pinang. (2024). *KPP Tanjung Pinang Berdayakan UMKM Lewat Edukasi Perpajakan*. Website. <https://pajak.go.id/en/node/88489>
- Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, D. (2021). *Dukungan Pemerintah dalam Kebangkitan UMKM*. Website. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-tarakan/baca-artikel/14187/Dukungan-Pemerintah-dalam-Kebangkitan-UMKM.html>
- Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2023a). *Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia*. Website. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>
- Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2023b). *UMKM Hebat*, Halaman 93

- | <i>Perekonomian</i> | <i>Nasional</i> | <i>Meningkatkan</i> | Website. |
|---------------------|-----------------|---------------------|---|
| | | | https://djp.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html |
- Nurdiah. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Inovasi, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang. *Skripsi*.
- Nurfadhera Faizti. (2023). *Macam-Macam Analisis Data Kualitatif dalam Penelitian*. Website. <https://duniadosen.com/macam-macam-analisis-data-kualitatif/>
- Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau. (2023). *Sebanyak 79 Pedagang TPL Tanjungpinang Dapat Bantuan Gerobak, Gubernur Ansar Berpesan Manfaatkan Dengan Baik*. Website. <https://kepripov.go.id/berita/pemprov-kepri/sebanyak-79-pedagang-tpl-tanjungpinang-dapat-bantuan-gerobak-gubernur-ansar-berpesan-manfaatkan-dengan-baik>
- Rosyda. (2024). *Pengertian UMKM: Kriteria, Aturan, Peran dan Contoh*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/umkm/>
- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *JUREKA (Jurnal Ekonomi Pembangunan)*, 25–39. <https://jureka.fekonubt.net/index.php/jureka/article/view/21>
- Siregar, B. S., & Jaffisa, T. (2020). Peranan Pemerintah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Laut Dendang. *Jurnal Publik Reform UDHAR MEDAN*, 7(1), 8–14.
- Syamsiah Muhsin. (2022). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam Syamsiah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 72. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Wita Setiawati, Sofi Mutiara Insani, & Syarifah Setiana Ardiati. (2024). Peran Marketing Terhadap Omset Penjualan UMKM. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 52–61. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.782>

Analisis Kinerja Keuangan PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) Menggunakan Rasio Likuiditas

**Maya Novianti¹, Firmansyah Jaya Pradana², Sucipto Febrianto³, Lizvan M. Sitorus⁴
Tika Oktarina⁵**

Universitas Pat Petulai -² mayanovianti90@gmail.com

-³febriantosucipto@gmail.com

-⁴sitoruslizvan@gmail.com

-⁵tikaoktarina66@gmail.com

Universitas Terbuka-²firm.jp01@gmail.com

Abstrak-Penelitian kali ini mengkaji performa keuangan milik PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) dengan penekanan pada rasio likuiditas selama periode 2021 hingga 2023. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin intens, perusahaan perlu menunjukkan performa keuangan yang kuat dan pengelolaan likuiditas yang efisien. Sebagai entitas yang beroperasi di sektor penyewaan kendaraan dan logistik terintegrasi, PT Adi Sarana Armada Tbk menghadapi tantangan dalam pemenuhan kewajiban jangka pendeknya di tengah perubahan yang laju dalam industri transportasi dan logistik. Metodologi yang diimplementasikan pada penelitian kali ini merupakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan penggunaan bentuk data sekunder berjenis laporan tahunan dan keuangan perusahaan. Analisis difokuskan terhadap tiga komponen utama rasio likuiditas sebagai berikut, yaitu : Current Ratio, Quick Ratio, dan yang terakhir adalah Cash ratio. Data yang didapat berasal dari laporan tahunan dan keuangan milik perusahaan yang telah terpublikasi di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta pengambilan laporan lain dari situs resmi perusahaan. Hasil penelitian tersebut secara mendetail menjelaskan bahwa rasio likuiditas PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) bervariasi antara periode 2021 dan 2023. Current Ratio tercatat 0,9 di tahun 2021, kemudian turun menuju 0,86 pada tahun 2022, dan sedikit naik menjadi 0,88 pada tahun 2023. Quick Ratio juga menunjukkan penurunan dari sebesar 0,87 di tahun 2021 menjadi 0,83 pada tahun 2022, hingga setelahnya naik menjadi 0,84 di tahun 2023. Cash Ratio mengalami kenaikan dari 0,38 pada tahun 2021 menuju 0,52 di tahun 2022, kemudian turun lagi menjadi 0,46 di tahun 2023. Hasil analisis menunjukkan adanya variasi dalam rasio likuiditas selama periode tersebut; current ratio mengalami peningkatan dari 2021 ke 2022 namun menurun pada 2023, sedangkan quick ratio menunjukkan pola yang serupa, mendeskripsikan kecakapan organisasi dalam pemenuhan utang jangka pendeknya tanpa bertumpu pada persediaan yang ada. Cash ratio menunjukkan variasi yang lebih besar, menggambarkan dinamika dalam pengelolaan kas perusahaan. Walaupun terdapat fluktuasi, Perusahaan masih mempunyai tingkat likuiditas dalam batas yang diperlukan untuk memenuhi utang jangka pendeknya.. Namun, ada peluang untuk mengoptimalkan pengelolaan aset lancar guna meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat posisi likuiditas. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen untuk memperbaiki kinerja likuiditas dan menjaga kesehatan finansial perusahaan secara berkelanjutan, serta menekankan pentingnya pengelolaan likuiditas yang efektif dalam menghadapi tantangan industri yang terus berubah.

Kata Kunci: Kinerja Keuangan, Rasio Likuiditas, Current Ratio, Quick Ratio, Cash Ratio

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat dalam digitalisasi dan transformasi bisnis telah memberikan dampak signifikan dalam sektor bisnis transportasi dan logistik di Indonesia. Perkembangan sektor ini dipicu oleh kemajuan e-commerce, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta adaptasi bisnis terhadap dinamika pasar pascapandemi COVID-19. Dalam konteks ini, PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) selaku penyedia layanan dan jasa terkait persewaan kendaraan dan logistik terintegrasi menghadapi tantangan dan peluang yang semakin kompleks. Dengan pengalaman yang panjang, ASSA telah membangun reputasi sebagai penyedia solusi transportasi dan logistik terkemuka di tanah air. Perusahaan ini tidak hanya fokus pada penyewaan kendaraan, tetapi juga telah memperluas layanannya untuk mencakup jasa logistik, lelang kendaraan, dan layanan pengiriman berbasis aplikasi.

Ekspansi layanan ini menuntut manajemen keuangan yang cermat, terutama terkait likuiditas untuk mendukung operasional dan pertumbuhan berkelanjutan. Dalam industri yang

memerlukan modal besar seperti transportasi dan logistik, pengelolaan likuiditas menjadi aspek krusial yang perlu diperhatikan. Analisis rasio likuiditas adalah alat penting untuk menilai kecakapan perusahaan dalam mengendalikan modal kerja secara efisien karena perusahaan harus menyeimbangkan investasi dalam aset produktif dengan menjaga level likuiditas dalam batas wajar untuk memenuhi kebutuhan operasional dan finansial jangka pendek.

Salah satu cara yang diimplementasikan guna menilai kelayakan performa keuangan perusahaan serta dalam pengambilan keputusan terhadap pola bisnisnya adalah analisis rasio keuangan. Beberapa jenis rasio yang umumnya dihitung pada analisis laporan keuangan mencakup rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas. Mengandalkan satu jenis rasio saja tentu tidak cukup layak untuk memberikan gambaran menyeluruh terkait dan kinerja dan performa perusahaan, terutama segi keuangan. Ada dua jenis perbandingan yang dapat dilakukan, yaitu perbandingan internal dan eksternal. Perbandingan internal mencakup analisis rasio likuiditas organisasi pada saat ini dengan rasionya di masa lalu serta proyeksi rasio tersebut di masa depan. Di sisi lain, perbandingan eksternal mengaitkan analisis rasio perusahaan dengan perusahaan pada bidang industri serupa atau dengan rata-rata industri dalam periode atau masa yang sama. Dalam konteks ini, peneliti melakukan perbandingan internal terhadap rasio likuiditas dengan membandingkan rasio antar periode.

Periode pemulihan ekonomi setelah pandemi merupakan waktu yang menarik untuk dianalisis, mengingat perubahan dinamis dalam bisnis. Meskipun perusahaan mencatatkan pertumbuhan pendapatan dan ekspansi yang signifikan, tantangan seperti peningkatan suku bunga dan inflasi memberikan tekanan pada likuiditas. Akibatnya, analisis kinerja keuangan dengan memanfaatkan rasio likuiditas menjadi sangat penting. Rasio ini menunjukkan seberapa baik manajemen mengelola aset lancar dan seberapa baik perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek.. Selain itu, kemajuan teknologi dan inovasi dalam industri juga menghadirkan tantangan tersendiri dalam pengelolaan likuiditas, di mana investasi dalam digitalisasi memerlukan alokasi sumber daya yang signifikan sambil tetap menjaga tingkat likuiditas yang sehat. Keseimbangan antara investasi untuk pertumbuhan dan pemeliharaan likuiditas menjadi aspek strategis yang perlu dikelola dengan baik agar perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan dinamika pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Umma Nafi Atul, Yuwita Nur Inda Sari, dan Yuyun Juwita Lestari (2022) mengenai Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan, menghasilkan temuan yakni rasio likuiditas PT Unilever Indonesia, Tbk pada periode 2018 hingga 2020 menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kewajiban lancarnya berdasarkan rasio lancar. Rasio cepat juga mengindikasikan bahwa perusahaan dapat memenuhi kewajiban tersebut menggunakan aktiva lancar. Namun, berdasarkan rasio kas pada periode yang sama, terlihat bahwa perusahaan belum sepenuhnya mampu memenuhi hutang lancar hanya dengan aktiva lancar berupa kas.

Kinerja keuangan adalah sebuah evaluasi untuk menilai efektivitas perusahaan dalam menerapkan prinsip-prinsip keuangan. Ini menggambarkan hasil yang diperoleh manajemen dalam pengelolaan aset perusahaan pada suatu periode tertentu. Performa keuangan yang bermutu tidak hanya menunjukkan kesanggupan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan laba, tetapi juga mencerminkan efisiensi dalam mengelola sumber daya dan memenuhi kewajiban keuangan.

Dalam kasus ini, rasio likuiditas bekerja sebagai sarana penting untuk mengalkulasi performa dan posisi keuangan perusahaan karena hal tersebut menggambarkan sejauh mana perusahaan bisa menjalankan pemenuhan utang jangka pendeknya yang akan jatuh tempo dalam waktu dekat. Sangat penting untuk memperhatikan rasio likuiditas, terutama saat ada ketidakpastian ekonomi yang dapat memengaruhi arus kas dan likuiditas.

Rasio likuiditas mencakup beberapa elemen utama, yang masing-masing memiliki fungsi dan maknanya sendiri. Pertama, current ratio dipergunakan dalam proses mengukur kesanggupan organisasi guna melunasi utang jangka pendeknya dengan penggunaan aset-aset lancar yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini dievaluasi dengan membandingkan total aset lancar terhadap total utang lancar. Current ratio dengan hasil yang terlalu tinggi dapat

mengindikasikan bahwa organisasi mempunyai kas atau aset lancar lainnya dalam kondisi berlebih jika dibandingkan dengan kebutuhannya saat ini, yang mana hal tersebut mungkin menunjukkan ketidakefisienan dalam penggunaan modal.

Quick ratio berfungsi untuk menunjukkan kemampuan aset lancar yang paling mudah dikonversi menjadi kas dalam menutupi utang jangka pendek. Quick ratio menilai seberapa baik perusahaan dapat menjalankan pemenuhan kewajiban jangka pendeknya tanpa memperhitungkan persediaan yang ada, sehingga lebih menekankan pada aset yang cepat diubah menjadi kas. Hal ini penting karena persediaan mungkin tidak dapat dijual dengan cepat atau tidak merefleksikan nilai pasar yang sebenarnya.

Cash ratio, di sisi lain, mengukur kesanggupan organisasi untuk pemenuhan utang jangka pendeknya dengan penggunaan kas dan setara kas (seperti surat berharga). Rasio Kas ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan dapat membayar utang jangka pendeknya dengan kas dan setara kas yang tersedia. Cash ratio sering dianggap sebagai indikator likuiditas yang paling konservatif karena hanya memperhitungkan kas dan setara kas sebagai sumber pembayaran.

Analisis kinerja keuangan di sektor transportasi memiliki karakteristik unik karena tingginya kebutuhan modal kerja dan investasi pada aset tetap. Dalam industri ini, manajemen modal kerja menjadi sangat penting mengingat sifat bisnisnya yang padat modal dan memerlukan investasi besar dalam infrastruktur serta kendaraan. Oleh karena itu, perhatian khusus terhadap pengelolaan likuiditas dan modal kerja sangat diperlukan untuk memastikan keberlangsungan operasional perusahaan.

Standar industri memberikan panduan mengenai rasio keuangan yang dianggap sehat dan layak dipertimbangkan oleh manajemen. Untuk current ratio, rasio yang baik biasanya berada di sekitar dua kali lipat dari utang jangka pendek, sementara quick ratio yang ideal adalah satu. Di sisi lain, cash ratio sebaiknya minimal setengah dari utang jangka pendek untuk menjaga tingkat likuiditas yang aman. Memahami dan menerapkan standar ini akan membantu perusahaan mempertahankan kesehatan keuangan serta memastikan kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan baik. Oleh karena itu, analisis rasio likuiditas tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengukur kinerja keuangan, tetapi juga menjadi landasan dalam membuat keputusan strategis di masa mendatang.

2. METODE

Penelitian ini mengimplementasikan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang diartikan oleh Sugiyono (2019) sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme. Pendekatan ini berfokus pada analisis populasi atau sampel yang telah ditentukan dengan fokus pada penggambaran dan deskripsi data yang diambil secara objektif. Dalam konteks penelitian kali ini, pendekatan penelitian ini diberdayakan untuk proses analisis data yang bersumber dari laporan keuangan dan tahunan milik PT Adi Sarana Armada Tbk periode tahun 2021 hingga 2023. Hal tersebut mencakup perhitungan dan interpretasi rasio-rasio keuangan serta deskripsi tren dan perkembangan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, analisis efektivitas kinerja keuangan juga dilakukan berdasarkan hasil perhitungan rasio yang diperoleh.

Pendekatan kuantitatif deskriptif dipilih berdasarkan sifat data yang digunakan, yakni angka-angka yang bersumber dari baik laporan keuangan dan atau laporan tahunan milik perusahaan. Pendekatan ini memerlukan pengukuran secara sistematis dan terstruktur, sehingga hasil penelitian dapat disajikan dalam bentuk statistik deskriptif yang jelas. Statistik deskriptif adalah metode untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, meringkas, dan menyajikan data secara sederhana sehingga mudah dipahami. Statistik deskriptif pada umumnya menyajikan data dalam format tabel, grafik, hingga dalam bentuk diagram untuk kemudahan pembaca memahami informasi dari peneliti yang ingin disampaikan karena tujuan utamanya adalah memberikan gambaran yang jelas tentang karakteristik data tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi tentang populasi yang lebih luas. Dengan demikian, analisis tren dan perkembangan kinerja perusahaan dapat dilakukan secara objektif.

Teknik analisis yang dipakai pada penelitian kali ini mencakup perhitungan rasio keuangan, analisis tren, analisis perbandingan (time series analysis), serta statistik deskriptif

untuk menginterpretasikan hasil. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi likuiditas perusahaan, tren kinerja keuangan, efektivitas pengelolaan keuangan, serta rekomendasi perbaikan berdasarkan data kuantitatif yang telah dianalisis.

Data dikumpulkan dengan menggunakan beragam pendekatan strategis. Untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh akurat dan komprehensif. Salah satu metode yang digunakan adalah studi dokumentasi, di mana analisis dilakukan terhadap laporan keuangan perusahaan untuk periode 2021 hingga 2023. Selain itu, laporan tahunan dan dokumen pendukung lainnya juga diteliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kinerja perusahaan. Kajian terhadap publikasi resmi perusahaan juga merupakan bagian penting dari proses ini, karena informasi tersebut dapat memberikan konteks tambahan mengenai situasi keuangan yang dihadapi.

Metode lain yang digunakan adalah observasi tidak langsung, di mana perkembangan perusahaan diamati melalui data sekunder yang tersedia. Proses ini mencakup pencatatan perubahan signifikan dalam kinerja keuangan perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan menganalisis tren dan pola dalam pengelolaan likuiditas, peneliti dapat memahami bagaimana perusahaan mengelola aset dan kewajiban jangka pendeknya.

Selain itu, studi kepustakaan juga berperan penting dalam pengumpulan data. Dalam metode ini, literatur yang berkaitan dengan analisis rasio keuangan dikaji secara mendalam. Referensi dari jurnal dan publikasi ilmiah dikumpulkan untuk memberikan landasan teoritis yang kuat bagi analisis yang dilakukan.

Tahapan analisis data dilakukan melalui serangkaian langkah sistematis guna menjamin bahwa hasil yang didapatkan akurat dan bermanfaat. Langkah pertama adalah pengumpulan data, di mana informasi relevan, seperti laporan keuangan PT Adi Sarana Armada Tbk untuk periode 2021 hingga 2023, dikumpulkan. Selama tahap ini, penting untuk memeriksa kelengkapan dan keakuratan data serta mengorganisir informasi sesuai dengan kebutuhan analisis.

Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan dan mengolah data. Pada titik ini, berbagai rasio likuiditas (Liquidity Ratio), diantaranya Current Ratio atau rasio lancar, Quick Ratio atau disebut rasio cepat, dan Cash Ratio atau bisa disebut juga sebagai rasio kas, dihitung. Perhitungan dari seluruh rasio-rasio ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa andal perusahaan dapat menjalankan pemenuhan utang jangka pendeknya. Tabel perbandingan rasio antar periode juga dibuat untuk menunjukkan perubahan.

Setelah pengolahan data selesai, analisis dan interpretasi dilakukan. Pada tahap ini, hasil perhitungan rasio dianalisis untuk mengidentifikasi berbagai penyebab yang dapat memengaruhi performa keuangan perusahaan. Temuan dari penelitian kemudian diinterpretasikan untuk membagikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampaknya terhadap kondisi keuangan.

Akhirnya, kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Rekomendasi untuk perbaikan juga dirumuskan, dan implikasi dari penelitian disajikan dengan jelas. Data sekunder untuk penelitian kali ini didapatkan dari beberapa sumber, termasuk situs web Bursa Efek Indonesia, situs resmi PT Adi Sarana Armada Tbk, laporan tahunan perusahaan, serta publikasi resmi lainnya yang relevan.

Durasi penelitian berlangsung selama dua minggu dengan fokus pada analisis rasio likuiditas perusahaan. Hasil analisis akan disajikan dalam format deskriptif yang didukung oleh data kuantitatif berupa perhitungan rasio keuangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan sarana yang digunakan untuk mengalkulasi kecakapan suatu organisasi dalam pemenuhan utang jangka pendeknya dengan menggunakan aset yang tersedia untuk melakukannya. Dalam kasus ini, rasio likuiditas mengambarkan seberapa laju dan mudahnya organisasi dalam mengubah aset yang mereka miliki menjadi kas untuk membayar utang yang akan jatuh tempo. Current Ratio, Quick Ratio, dan Cash Ratio adalah

beberapa metrik dalam rasio ini, yang masing-masing memberikan gambaran berbeda tentang kondisi keuangan perusahaan.

Current Ratio, misalnya, mengalkulasi sejauh mana suatu perusahaan dapat melaksanakan pemenuhan utang jangka pendeknya dengan penggunaan aset lancar yang dimiliki. Rumus untuk perhitungan Current Ratio adalah:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Quick Ratio, atau dikenal juga sebagai Acid Test Ratio, menggambarkan kecekapan perusahaan dapat melunasi utang yang jatuh tempo dalam waktu dekat dengan pemberdayaan aset yang paling likuid. Rasio ini dipakai dalam menilai kecakapan perusahaan dalam pemenuhan utang jangka pendeknya tanpa mempertimbangkan persediaan, karena persediaan tidak selalu dapat dikonversikan menjadi kas yang likuid dalam waktu yang singkat. Rumus untuk perhitungan Quick Ratio adalah:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Sementara itu, Cash Ratio menunjukkan sejauh mana suatu organisasi dapat memenuhi utang jangka pendeknya hanya dengan penggunaan kas dan setara kas yang dimilikinya. Rumus untuk perhitungan Cash Ratio adalah:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Oleh karena itu, rasio likuiditas adalah alat penting dalam analisis keuangan yang membantu investor, kreditor, dan manajemen memahami kondisi keuangan perusahaan secara keseluruhan.

Analisis rasio likuiditas mencakup beberapa aspek krusial. Pertama, rasio ini membantu menilai kemampuan perusahaan pada pemenuhan utang jangka pendeknya, memastikan perusahaan sudah mempunyai aset likuid yang cukup untuk membayar utangnya. Kreditor dan investor sangat memperhatikan rasio ini sebagai cara untuk menilai risiko kredit dan kelayakan investasi. Selain itu, rasio likuiditas dapat berfungsi sebagai indikator efisiensi operasional; nilai rasio yang rendah dapat menunjukkan adanya masalah dalam pengelolaan persediaan atau piutang. Dengan memantau rasio ini secara berkala, perusahaan dapat lebih awal mengenali potensi masalah keuangan dan mengambil langkah-langkah perbaikan sebelum masalah tersebut berkembang menjadi lebih serius.

Interpretasi dari Hasil Analisis Rasio Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan

Dari hasil pengujian rasio likuiditas yang dilaksanakan pada PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA), peneliti telah menyusun tabel untuk memudahkan pembacaan dan pemahaman mengenai rasio-rasio likuiditas perusahaan. Tabel ini dirancang agar informasi yang disajikan lebih jelas dan dapat diakses dengan lebih cepat, sehingga mempermudah seluruh pihak yang memiliki kepentingan dalam mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan.

Tabel 1. Analisis Rasio Likuiditas PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA)

Rasio Likuiditas	Periode		
	2021	2022	2023
Current Ratio	0,90	0,86	0,88
Quick Ratio	0,87	0,83	0,84
Cash Ratio	0,38	0,52	0,46

Sumber : Laporan Keuangan PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) Tahun 2021 - 2023

Dari Tabel (1) tersebut, Rasio likuiditas PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) menunjukkan variasi selama periode 2021 hingga 2023. Terdapat beberapa temuan penting yang dapat diambil dari data ini. Current Ratio tercatat 0,9 pada tahun 2021, kemudian menurun menjadi 0,86 di tahun 2022, kemudian sedikit meningkat hingga 0,88 di tahun 2023. Hal ini menandakan bahwa perusahaan mengalami penurunan pada kemampuannya untuk memenuhi utang jangka pendeknya dengan cara menggunakan aset lancar yang tersedia. Nilai di bawah satu pada Current Ratio menggambarkan bahwa perusahaan/organisasi tidak

memiliki cukup aset lancar untuk membayar semua kewajiban lancarnya, yang bisa menjadi tanda risiko likuiditas yang perlu diperhatikan oleh manajemen dan pemangku kepentingan.

Selanjutnya, Quick Ratio juga menunjukkan penurunan yaitu 0,87 pada tahun 2021 setelahnya menjadi 0,83 di tahun 2022, sebelum sedikit naik menjadi 0,84 di tahun 2023. Ini menggambarkan perusahaan mungkin menghadapi kesulitan dalam memenuhi utang jangka pendeknya tanpa bergantung pada persediaan. Di sisi lain, Cash Ratio mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu 0,38 pada periode tahun 2021 setelah itu naik menjadi 0,52 di tahun 2022, meskipun kemudian turun menjadi 0,46 di tahun 2023. Meskipun Cash Ratio menunjukkan upaya perbaikan dalam likuiditas kas perusahaan, nilai yang masih berada di bawah standar ideal menunjukkan perlunya perhatian lebih dalam pengelolaan kas dan aset likuid. Secara keseluruhan, analisis rasio likuiditas ini menekankan pentingnya bagi PT Adi Sarana Armada Tbk untuk meningkatkan pengelolaan aset lancar dan kewajiban jangka pendek agar dapat menjaga kesehatan keuangannya dengan lebih baik di masa mendatang.

Analisis Tren Kinerja Keuangan

Secara keseluruhan, analisis tren performa keuangan PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi beberapa tantangan dalam hal likuiditas selama periode tersebut. Meskipun ada perbaikan dalam Cash Ratio, Current Ratio dan Quick Ratio yang tetap di bawah satu mencerminkan risiko likuiditas yang perlu ditangani dengan serius oleh manajemen. Perusahaan disarankan untuk fokus pada pengelolaan aset lancar dan strategi peningkatan kas agar dapat memperkuat posisi keuangannya di masa depan.

Kendala dalam Melaksanakan Analisis Efektivitas Kinerja Keuangan

Salah satu kendala yang dihadapi peneliti dalam menganalisis efektivitas performa keuangan PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) adalah kesenjangan pengetahuan mengenai kondisi keuangan perusahaan. Peneliti mungkin tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang macam-macam faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan di industri transportasi, yang dapat mengakibatkan kesulitan dalam menganalisis dan menginterpretasikan data keuangan dengan tepat. Selain itu, kurangnya literatur yang membahas perusahaan sejenis juga dapat membatasi perspektif peneliti dalam memahami konteks industri dan benchmark yang relevan. Hal ini dapat menyebabkan analisis yang tidak komprehensif dan kurangnya rekomendasi yang tepat untuk perbaikan kinerja keuangan.

Upaya Mengatasi Kendala dalam Analisis Efektivitas Kinerja Keuangan

Untuk mengatasi kesenjangan pengetahuan tersebut, peneliti dapat memanfaatkan data sekunder, khususnya laporan keuangan perusahaan, sebagai sumber informasi yang berharga. Dengan menganalisis laporan keuangan dan tahunan milik PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA), peneliti dapat memperoleh wawasan tentang kinerja finansial perusahaan dari waktu ke waktu, termasuk tren pendapatan, biaya, laba, dan rasio-rasio keuangan yang relevan. Selain itu, peneliti telah melakukan analisis komparatif dengan laporan keuangan perusahaan transportasi lain untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas tentang posisi kompetitif ASSA dalam industri.

4.KESIMPULAN

Dari hasil akhir analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) menghadapi beberapa tantangan terkait likuiditas selama periode 2021 hingga 2023. Hal ini terlihat dari hasil rasio likuiditasnya seperti Current Ratio dan Quick Ratio yang konsisten dan tetap berada di bawah satu, dimana hal ini menunjukkan adanya risiko likuiditas yang perlu diatasi. Meskipun ada perbaikan dalam Cash Ratio, perusahaan disarankan untuk lebih fokus pada pengelolaan aset lancar dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kas, guna memperkuat posisi keuangan mereka di masa mendatang.

Saran yang dapat diberikan kepada manajemen PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) adalah untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja likuiditas perusahaan. Ini termasuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dalam manajemen kas dan aset lancar. Selain itu, mendukung perencanaan keuangan jangka pendek dan menengah juga sangat penting untuk meningkatkan kinerja keuangan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilin. (2015). Analisis Informasi Keuangan (Edisi 2). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Amin, A. R. S., Syafaruddin, S., Muslim, M., & Adil, M. (2022). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage, dan Rasio Aktivitas terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 757-761. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2285>
- Atul, U. N., Sari, Y. N. I., & Lestari, Y. J. (2022). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 2(3), 89-96. <https://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM/article/view/1396/1048>
- Christyanto, A. P., Rakhmawati, S., Kustamtinah, L., Budiasih, Heryandini, H. (2023). Analisis Komparasi Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Batubara Sebelum Dan Sesudah Akuisisi. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 4(1). <http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe/article/view/3775/1908>
- Dwiningwarni, S. S., Jayanti, R. D. (2019). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Koperasi Serba Usaha. 2(2), 125-142. <https://www.e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/J-MACC/article/view/1659/1035>
- Fitriana, A. (2024). Analisis Laporan Keuangan. Banyumas: CV. Malik Rizki Amanah.
- Handayani, L. N. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Good Corporate Governance terhadap Financial Distress pada Perusahaan Manufaktur Pertambangan Tahun 2015-2019. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 2(2), 132-154. <http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe/article/view/2196/1329>
- Herawati, H. (2019). Pentingnya Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Unihaz – JAZ*, 2(1), 16-25. <https://journals.unihaz.ac.id/index.php/jaz/article/view/806/480>
- Herliawati, L., Berliani, K. (2024). Urgensi Persistensi Laba: Antara Debt To Asset Ratio, Current Ratio, Volatilitas Arus Kas Operasi dan Return on Asset Pada Perusahaan Jasa Subsektor Transportasi dan Logistik Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2022. 6(3), 1355-1366. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/1187/661>
- Hery. (2020). Analisis laporan keuangan: Integrated and comprehensive edition. Grasindo.
- Hidayat, W., W. (2018). Dasar-dasar Analisa Laporan Keuangan. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Husnan, S. (2019). Manajemen Keuangan (Edisi 3). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Hermelinda, T. (2018). ANALISIS LAPORAN KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 4(1), 37-47.
- Hermelinda, T. (2019). Analisis Pertumbuhan Kinerja Keuangan PT. Bank Mandiri Persero (Tbk). *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 5(1), 13-27.
- Kasmir. (2018). Analisis laporan keuangan (Ed. Revisi). Raja Grafindo Persada.
- Lase, L. P. D., Telaumbanua, A., & Harefa, A. R. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Pendekatan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(2), 254-260. <https://jamane.marospub.com/index.php/jurnal/article/view/37/69>
- Muchson, M. (2017). Statistik Deskriptif. Bogor: Guepedia.
- Narsa, I., M. (2019). Akuntansi Manajemen (Edisi 3). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Putri, B. G., Munfaqiroh, S. (2020). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 17(1), 214-226. <https://jurnal.stkipgritulungagung.ac.id/index.php/inspirasi/article/view/1563/712>
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. ALFABETA, cv.

Universitas Terbuka. (2024). Panduan Mata Kuliah Karya Ilmiah Program Sarjana dan Diploma IV Universitas Terbuka. Banten : Universitas Terbuka.

Penerapan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Penjualan Pada *King Donat Bakery* Jalan Wahidin Kota Rembang

**Sucipto Febrianto¹, Sellyka Khoyrunnisa², Maya novianti³, Tika Oktarina⁴
Lizvan M. Sitorus⁵**

Universitas Pat Petulai -¹ febriantosucipto@gmail.com

-³ mayanovianti90@gmail.com

-⁴ tikaoktarina66@gmail.com

-⁵ Sitoruslizvan@gmail.com

Universitas Terbuka- ¹sellyka.runniz@gmail.com

Abstrak- Roti salah satu produk bakery yang populer di golongan masyarakat. Di Indonesia, awalnya yang suka mengkonsumsi roti hanya masyarakat menengah ke atas saja. Seiring perkembangan masa sekarang ini hampir di seluruh golongan masyarakat Indonesia menjadikan roti sebagai menu utama sarapan. Untuk menganalisis laporan keuangan dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan King Donat Bakery. Metode yang dimanfaatkan pada penelitian ini menerapkan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threats) yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal dan internal pada King Donat Bakery di Rembang. Analisis faktor-faktor internal perusahaan akan mengetahui adanya kekuatan maupun kelemahan dari luar perusahaan, dengan tujuan untuk mengetahui kesempatan bagi perusahaan serta mengetahui pula ancaman atau tekanan dari pihak-pihak yang bersaing dengan perusahaan. Teknik yang dilakukan penulis untuk bertanya langsung kepada pihak pemilik perusahaan serta karyawan yang sudah dipercaya untuk memberikan keterangan. Data tambahan yang mendukung penelitian tersebut, yakni menggunakan pengamatan dari hasil penjualan kasir data setiap hari, serta mengamati langsung di tempat kejadian. Kendala yang dihadapi yaitu munculnya pesaing baru yang menjual produk sama dan juga tarif yang relatif murah dibandingkan King Donat Bakery. Letak toko King Donat Bakery berada di jalan yang tidak cukup luas tepatnya Jl. Dr. Wahidin no.69 sehingga minimnya tempat parkir yang tersedia. Sedangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan yaitu membuat tart dengan model menarik, membuat donat huruf dan angka serta bentuk lain yang cantik, membuat kardus yang cantik berlogo King Donat Bakery, mempertahankan kualitas bahan roti, serta mempromosikan di berbagai sosial media. Adanya usaha tersebut terbukti dapat meningkatkan pendapatan per hari di toko tersebut sehingga tingkat penjualan toko mengalami kenaikan.

Kata kunci : Industri, Roti, Pendapatan

1. PENDAHULUAN

Industri roti merupakan bagian dari industri makanan, tepung terigu menjadi bahan utama yang dimanfaatkan dalam proses pengolahannya. Roti merupakan salah satu produk bakery yang begitu populer di golongan masyarakat. Di Indonesia, awalnya yang suka mengkonsumsi

roti hanya masyarakat menengah ke atas saja. Seiring perkembangan masa sekarang ini hampir di seluruh golongan masyarakat Indonesia menjadikan roti sebagai menu utama sarapan dan menjadikan roti sebagai asupan pengganjal perut ditengah padatnya jadwal. Roti sendiri dinilai sebagai asupan yang lebih praktis dan juga bergizi. Tak hanya itu, roti juga beraneka ragam mulai dari varian rasa, komposisi, hingga bentuknya. Roti sekarang ini telah mampu menjadi makanan yang disukai oleh masyarakat di seluruh golongan sehingga ini menjadikan kesempatan usaha industri roti di Indonesia semakin menjadi pusat perhatian. Kondisi yang menjadi pusat perhatian tersebut menciptakan beragamnya level usaha bisnis roti, mulai dari level kecil atau sering juga disebut sebagai industri rumahan hingga industri besar. Di Indonesia, banyak terdapat industri roti rumahan namun masih tetap beroperasi dan berkembang meskipun adanya kekacauan ekonomi. Industri roti dengan level kecil sekitar 50%, sedangkan untuk industri roti level besar 20%, dan sisanya industri menengah. Meninjau perjalanan pertumbuhan industri roti dibutuhkan perubahan produk sebagai peningkatan bisnis. Salah satunya inovasi yang dilakukan adalah membuat berbagai variasi produk roti. Tak hanya itu, supaya pemilik industri roti dapat menyesuaikan perkembangan zaman harus mengetahui tren dan teknologi terbaru.

Saat itu, industri roti di Rembang belum banyak yang menyediakan berbagai jenis roti dan kue karena Rembang merupakan kota kecil. Menariknya bisnis industri roti membuat salah satu warga Rembang keturunan China yang dikenal tante Hwa membuka usaha industri di bidang roti bersama anaknya Koh Henry dan Cik Yuli, mereka membuka usaha toko roti dengan nama King Donat Bakery. King Donat Bakery berdiri sejak tahun 2003 hingga saat ini, yang bermula berada di jalan Dr.Wahidin No.59 yang sekarang ditempati oleh Cilukbaa Babyshop. Kemudian King Donat Bakery pindah lokasi ke jalan R.A.Kartini No.58. Tempat toko King Donat Bakery yang berada di jalan R.A.Kartini No.58 adalah rumah kontrakan, sehingga tante Hwa memiliki ide untuk mencari dan membeli rumah sendiri supaya lebih bebas dan tidak terikat. Pada tahun 2015 bulan Mei, tante Hwa serta keluarganya bersepakat membeli sebuah rumah toko yang terletak di Jl.Dr.Wahidin No.69. Tante Hwa beserta keluarganya merasa berjodoh dengan rumah toko yang berada di Jl.Dr.Wahidin No.69. Kemudian diadakan perombakan interior toko dengan kesan klasik namun lebih modern. Pada bulan Januari tahun 2017 telah diresmikan dan toko King Donat Bakery yang berada di Jl.Dr.Wahidin No.69 tersebut melakukan peresmian pembukaan. Bermula dari hobinya yang mengolah adonan sampai berubah menghasilkan sebuah roti dan kue, dengan antusias tinggi yang dimiliki oleh Koh Henry dan Cik Yuli serta dukungan dari keluarga membuat tante Hwa semakin yakin untuk membuka usaha King Donat Bakery. Kegiatan membuat adonan roti, menakar bahan roti dilakukan oleh Koh Henry dan kegiatan operasional lainnya dibantu lebih dari 10 karyawan. Bisnis industri roti merupakan hal yang sederhana untuk memulainya. Tersedianya bahan dan peralatan di pasaran dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau mudah didapatkan. Tingkat konsumsi produk roti kalangan masyarakat di Indonesia terus meningkat, sehingga bisnis ini menjadi pusat perhatian untuk dilakukan. Dengan memantau perkembangan industri roti tersebut, dan permintaan produk roti yang selalu meningkat, maka tidak perlu ragu lagi untuk tante Hwa memulai bisnis industri roti.

Pada saat King Donat Bakery mulai merintis pendapatan yang dihasilkan mampu mencapai Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000 seharinya dengan jumlah kurang lebih 600 roti. Setelah mengalami perkembangan dan mampu membuka cabang, justru banyak pengusaha yang membuka usaha industri di bidang bakery sehingga menjadikan King Donat Bakery dihadapkan pada persaingan karena para pesaing menjual produk roti yang sama dengan harga yang lebih terjangkau. Hal tersebut menjadi faktor yang menurunkan pendapatan usaha pada King Donat Bakery. Penelitian kali ini dilakukan di cabang King Donat Bakery, letak toko King Donat Bakery berada di jalan yang tidak cukup luas tepatnya Jl. Dr. Wahidin no.69. Jadi, ketika para pembeli datang secara ramai-ramai akan menyebabkan risiko yang berbahaya karena minimnya tempat parkir yang tersedia.

Promosi di sosial media merupakan cara yang tepat untuk menaikkan keuntungan

pendapatan. Untuk menarik perhatian para masyarakat toko King Donat Bakery melakukan suatu inovasi aktif seperti membuat kue tart dengan berbagai model menarik, membuat donat huruf dan angka, membuat donat dengan berbagai bentuk menarik, membuat kardus yang cantik berlogo King Donat Bakery. Kualitas bahan roti juga tak kalah pentingnya untuk menciptakan roti yang enak sehingga membuat para pelanggan jatuh cinta dengan roti King Donat Bakery. Ramah dalam melayani pembeli, memahami dan menyediakan kebutuhan pembeli, selalu up to date dengan makanan kekinian, melakukan inovasi dan kreasi, melayani delivery dengan ongkir suka-suka, masuk di grab untuk penjualan online. Upaya tersebut dilakukan agar konsumen tetap membeli di toko King Donat Bakery.

2. METODE

Metode yang dimanfaatkan pada penelitian ini menerapkan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threats) yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal dan internal pada King Donat Bakery di Rembang. Analisis faktor-faktor internal perusahaan akan mengetahui adanya kekuatan maupun kelemahan dari luar perusahaan, dengan tujuan untuk mengetahui kesempatan bagi perusahaan serta mengetahui pula ancaman atau tekanan dari pihak-pihak yang bersaing dengan perusahaan. Salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman dengan tujuan untuk menghasilkan strategi pemasaran perusahaan adalah analisis SWOT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

King Donat Bakery sejak awal berdiri telah mampu bersaing mengikuti perkembangan di dunia industri roti. Pada awal mulanya ada berbagai macam teknik dalam mengembangkan roti, ragi yang berada di udara mampu dihasilkan dengan cara mendiamkan adonan yang belum matang sampai terekspos udara didiamkan beberapa saat sebelum dimasak. Diketahui bahwa pada zaman dahulu bangsa Galia dan bangsa Libya menggunakan bir yang sudah di skim disebut barm adalah bahan yang digunakan untuk membuat roti menjadi lebih ringan sehingga roti memiliki bobot yang tidak berat. Pada zaman kuno untuk memulai fermentasi menggunakan pasta dari jus anggur dan tepung. Di dalam anggur terdapat biji gandum yang direndam sehingga menghasilkan sumber ragi. Mesir, Mesopotamia atau Irak dan Arafah di lembah sungai indus atau yang sekarang disebut Pakistan adalah tiga kebudayaan besar di dunia kuno yang bergantung pada roti. Manusia terus berinovasi untuk membuat roti modern yang lembut dan enak, masyarakat Mesopotamia mulai menghandel prosedur tersebut pada sekitar tahun 800 sebelum Masehi. Masyarakat Mesopotamia mempergunakan batu bundar datar dua atau sama lain disusun di atasnya untuk menumbuk biji-bijian. Batu-batu tersebut digerakkan oleh hewan penarik, proses menumbuk tersebut merupakan asal mula masyarakat modern seperti saat ini membuat tepung. Pada masa itu roti merupakan makanan bagi para bangsawan, dari roti tersebut mampu dianalisa secara langsung kategori golongan kastanya. Jika tepung yang digunakan untuk membuat roti semakin putih warnanya maka semakin tinggi juga kastanya. Hal tersebut menjadi pemicu jika tepung putih masa itu begitu jarang sekali didapatkan ketika seluruh dunia sedang menggunakan sistem kerajaan.

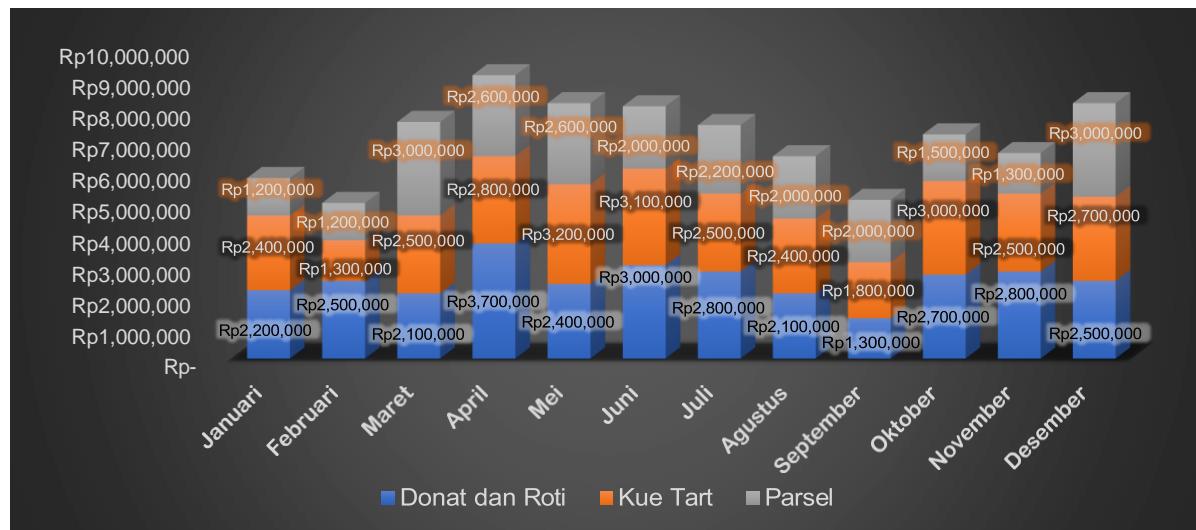
Roti mampu menjadi salah satu makanan yang utama bagi sebagian besar masyarakat, begitu pentingnya sehingga banyak bermunculan peraturan yang mengatur tentang roti dan diberlakukan dalam berbagai negara pada abad ke-17. Pemerintah Inggris juga sempat menciptakan sertifikat sebagai tanda bukti bagi orang yang membuat roti untuk menjamin keaslian roti ini sebab beberapa masyarakat tidak bertanggung jawab memasarkan roti menggunakan campuran kapur hingga bubuk tulang supaya terlihat putih. Tak hanya itu, banyak orang yang membuat roti dan menjual roti tersebut dengan harga lebih tinggi dari sewajarnya. Selanjutnya masyarakat yang membeli roti juga diharuskan membayar pajak, banyak orang yang kelaparan karena pajak yang berlaku pada masa tersebut sangat tinggi. Ketika pemerintah mendengar informasi bahwa banyak masyarakat yang benar-benar kelaparan karena diberlakukannya peraturan itu akhirnya muncul revolusi yaitu harga roti di berbagai tempat menjadi turun. Pada zaman modern saat ini berbagai

macam varian dan rasa roti telah dibuat, bahkan roti-roti ini berbeda di setiap negara.

Di Indonesia munculnya roti telah ada ketika masa Belanda, yakni kisaran tahun 1930 tradisi mengonsumsi roti sudah sering dilakukan oleh masyarakat barat dan mulai diperkenalkan kepada para penduduk lokal melalui cara dipasarkan. Roti pada masa itu mempunyai struktur yang sedikit keras serta sedikit kasar. Di tahun 1950 roti telah mampu berevolusi menjadi bertambah lezat, renyah dan bahkan aroma rotinya menjadi lebih sedap karena komposisi pembuatannya mulai mempergunakan mentega, tapi kesannya terlihat sedikit beku dan kurang mengembang karena cara pengembangan roti yaitu dibuat dalam suhu ruang dan ditutupi menggunakan kain basah. Pada tahun 1970 muncul roti goreng berbentuk panjang dengan isian dalamnya butter atau parutan keju bahkan coklat dinamakan roti long jhon, roti tersebut dipublikasikan untuk umum sampai saat ini. Saat ini, banyak transformasi roti dengan tekstur dan rasa yang bermacam-macam dari bermacam-macam negara luar masuk ke Indonesia. Serta keanekaragaman tepung yang dimanfaatkan dengan metode penggerakan yang variatif serta modern. Seiring berjalannya waktu tak harus lama tiba ke Indonesia untuk memperoleh perkembangan teknologi roti terbaru dari Taiwan, Amerika, Hong Kong, serta Prancis. Peristiwa ini diyakinkan dengan merajalelanya di Indonesia bakery asing berjaringan global yang mengeksplosi usahanya. Industri bakery di Indonesia mampu berkembang sangat pesat. Perkembangan yang pesat ini disebabkan oleh faktor tingginya permintaan produk bakery untuk konsumsi. Sebagian besar masyarakat perkotaan produk bakery saat ini tidak hanya menjadi sebagai makanan sampingan saja, bagi masyarakat Indonesia baik itu golongan remaja sampai golongan lanjut usia bakery mampu berperan menjadi makanan pokok yang menggeser posisi nasi sebagai sumber karbohidrat utama. Masyarakat lebih menyukai bakery karena praktis bisa langsung dimakan serta untuk menemukan produk bakery yang ingin dikonsumsi tidak susah.

Dari data yang didapatkan melalui wawancara dengan pihak pemilik King Donat Bakery dan pihak karyawan yang sudah dipercaya, data tersebut digunakan untuk memenuhi dan membuktikan penelitian yang dilakukan terkait strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan di toko tersebut dalam dunia bisnis industri roti. Data tersebut diamati sejak 20 September sampai 20 Oktober yang didapatkan dari hasil laporan penjualan kasir harian, serta hasil survei dari pengamatan penelitian terkait jumlah pelanggan yang datang di setiap harinya untuk membeli roti dan berbagai jajanan sehingga menghasilkan data yang tepat karena peneliti melakukan pengamatan secara langsung di tempat kejadian. Ketika King Donat Bakery mulai merintis pendapatan yang dihasilkan hanya mampu mencapai Rp 3.000.000 hingga Rp 4.000.000 seharinya. Setelah mengalami perkembangan dan mampu membuka cabang, justru banyak pengusaha yang membuka usaha industri di bidang bakery sehingga menjadikan King Donat Bakery dihadapkan pada persaingan karena para pesaing menjual produk roti yang sama dengan harga terjangkau. Hal tersebut menjadi faktor yang menurunkan pendapatan usaha pada King Donat Bakery. Letak toko King Donat Bakery berada di jalan yang tidak cukup luas tepatnya Jl. Dr. Wahidin no.69 jadi, ketika para pembeli datang secara ramai-ramai akan menyebabkan risiko yang berbahaya karena minimnya tempat parkir yang tersedia.

Berikut ini data hasil penjualan perbulan dari King Bakery ketika mengalami penurunan pendapatan:



Dari hasil grafik tersebut King Donat Bakery melakukan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan. Tips meningkatkan pendapatan pada King Donat Bakery yang pertama, yakni dengan membuat berbagai macam roti hingga bakery kekinian yang viral misalnya bluder coklat, bluder keju, bluder kismis, bluder ori, bluder sapi, pastri, muffin, roti coklat keju, roti sisir, roti sisir bulat, roti hokkaido, roti pizza kapal, roti pizza, roti pisang coklat, roti pisang keju, roti eclair, sus durian, sus fla, sus coklat, chiffon, banana cake, red velvet, klapertart, roll cake, gendu nanas, gendu durian, putri salju, thumbprint strawberry, sagu keju, kastengel, nastar, lidah kucing, roti sobek, roti semir, roti kacang, roti nanas, roti tiga rasa, roti boy, burger, roti ayam, roti sapi, roti cup, bakpao, spiku cake, roti zebra, pastel tutup, tawar bulat, tawar gandum, boy duo, roti boy coklat, roti kismis, fruity cake, korean garlic dan masih banyak lagi. Selain itu King Donat Bakery juga menjual donat, dessert, tart, pudding, salad dan aneka jajanan tradisional sehingga para pembeli jika ingin membeli jajanan tradisional tidak perlu berdesak-desakan di pasar. Dari berbagai macam roti tersebut yang menjadi ciri khas King Donat Bakery, yaitu bluder. Roti bluder adalah roti peninggalan Belanda memiliki rasa yang manis berbentuk piramida bulat unik. Rotinya bertekstur sangat lembut karena dibuat dengan perpaduan adonan roti yang memakai banyak mentega, telur, serta susu sehingga jika dimakan memiliki tekstur yang sangat lembut. Ciri khas roti ini sangat lembut dan empuk. Bluder kuno yang asli membutuhkan waktu 16-24 jam untuk proses pemanggangannya. Tak heran jika roti bluder ini sangat tren sehingga banyak anak-anak hingga orangtua yang menyukainya. Selain bluder, yaitu pastri roti yang terbuat dari adonan laminated dough atau adonan berlapis tipis bertekstur seperti roti kering namun renyah. Pastri berasal dari Prancis, banyak sekali jenis pastri namun yang paling terkenal yaitu croissant adalah jenis pastri yang biasa banyak disuguhkan di coffee shop atau cafe dinikmati sebagai pendamping dari kopi ataupun teh. Lemak yang berasal dari mentega atau minyak dan tepung terigu kemudian ditambah dengan ragi adalah bahan utama dalam pembuatan croissant. Membutuhkan waktu sekitar 30 menit dalam proses peragiannya agar mendapatkan adonan yang dapat mengembang dengan sempurna. Croissant dengan tekstur yang beremah dan berlipat serta bentuknya yang unik mirip dengan bulan sabit membuatnya gampang diingat. Croissant tidak diberi isian rasa ketika proses pemanggangan karena biasanya croissant disajikan dengan selai agar rasanya tidak tawar. Selanjutnya muffin, yaitu roti kecil yang berbentuk bundar dengan cita rasa manis biasanya disajikan hangat sebagai teman minum teh. Muffin berasal dari Inggris dan Amerika. Roti viral yang ada di King Donat Bakery yaitu roti hokkaido, yakni roti khas Jepang dengan tekstur lembut, empuk, dan agak kenyal, aromanya sangat harum dan gurih. Selain itu ada roti boy, roti khas Mexico ini memiliki keunikan modelnya yaitu berbentuk tempurung dan mempunyai tekstur kulit renyah, roti ini memiliki ciri khas yang beda dari lainnya yaitu kopi menjadi cita rasa roti tersebut. Roti boy dengan cita rasa kopi yang khas tersebut menggunakan bahan utama kopi moka sehingga bagi para pecinta kopi pasti sangat ketagihan jika memakan roti boy. Roti boy yang unik ini berasal dari Negeri Jiran yaitu Malaysia. Roti yang ini tentu sudah tak asing lagi yaitu korean garlic, roti yang diolah menggunakan bahan keju dan bawang membuat roti ini memiliki rasa yang begitu gurih. Roti yang ini merupakan kuliner yang sedang viral di Indonesia karena roti ini berasal dari Korea Selatan. Banyak yang menyukai korean garlic apalagi para kaum remaja yang menjadi pecinta Korea, sehingga antusias para remaja untuk ke toko King Donat Bakery sangat luar biasa demi sebuah korean garlic. Donat berasal dari kata donut dalam American English atau juga doughnut untuk British English. Donat adalah produk pastri yang menggunakan bahan utama tepung terigu dengan tambahan pengembang biasanya menggunakan ragi serta baking powder dan bisa dibuat dengan tangan atau juga bisa dibuat dengan cetakan berbentuk cincin, lalu digoreng agar bisa matang.

Kastengel adalah sejenis kue kering yang komposisi adonannya telur, margarin, tepung terigu, dan atasnya diberi taburan parutan keju. Beragam keju yang digunakan dalam pembuatan kastengel dapat disesuaikan dengan keinginan, bisa menggunakan keju guda, keju cheddar, ataupun keju edam. Negara kincir angin atau Belanda merupakan tempat kue

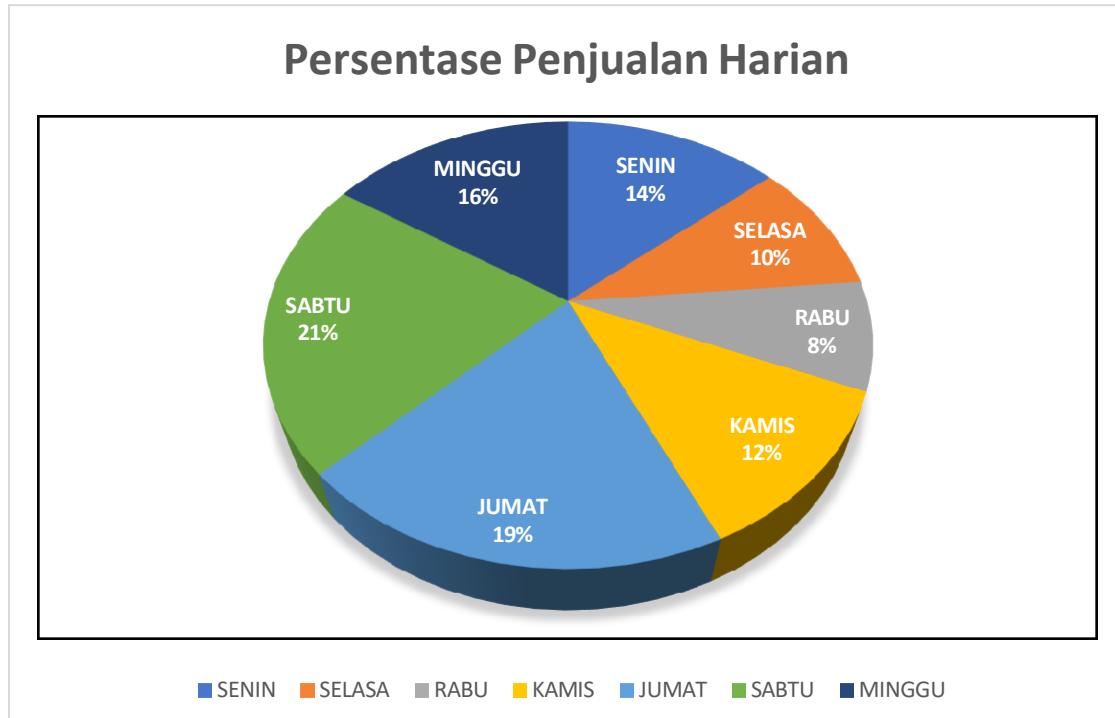
kering kastengel berasal. Renyah dan garing adalah satu yang menjadikan ciri khas kastengel di gerai bakery. Kue keju satu ini memang spesial karena memiliki cita rasa yang cenderung gurih dan asin. Sehingga kastengel mampu menarik para pecinta kue dan kastengel menjadi primadona di antara banyaknya kue kering yang kebanyakan manis. Kue sus merupakan kue berbentuk bulat memiliki celah yang berisi daging, fla, dan custard. Fla terdapat rasa vanilla yang merupakan rasa paling populer dan masih banyak rasa lainnya. Terdapat rasa lain seperti jeruk, cokelat, pisang, karamel, dan masih banyak lagi. Custard merupakan campuran kuning telur dengan susu atau krim. Kue sus dihidangkan setelah didinginkan di lemari es untuk yang berisi fla atau custard. Setelah masa kerajaan usai, kue sus semakin tersohor hingga ke negara-negara lain di Eropa yang pada mulanya dikenal sebagai choux pastry di Prancis. Karena usianya yang sangat tua, kue sus selalu dianggap oleh masyarakat Prancis sebagai kue tradisional. Ketika ada acara kue ini selalu dicari karena kue sus ini sudah sangat melekat di budaya orang Indonesia. Komposisi adonan kue sus tanpa menggunakan ragi, bagian luarnya sangat renyah, tetapi di dalamnya lebih lembut. Selain itu juga ada krimnya yang sangat lembut namun tidak terlalu cair. Krim isian pada kue sus memiliki banyak sekali varian, yakni rasa vanila, cokelat, dan varian rasa lainnya. Kue chiffon adalah kue yang terbuat dari telur, minyak sayur, gula, baking powder, tepung, dan perasa sehingga membuat kue yang satu ini menjadi sangat ringan. Kue chiffon mempunyai tekstur dan cita rasa yang berbeda sehingga tak heran lagi jika kue ini sudah terkenal sejak lama. Kue ibarat produk fashion ia mempunyai masa dan menjadi viral, beberapa puluh tahun yang lalu kue chiffon sempat viral hingga meledak popularitasnya. Sekarang ini, di Indonesia banyak brand chiffon yang dibuat oleh sejumlah artis dan selebritas sehingga membuat kue chiffon kembali mendapatkan tempat di kalangan pecinta kue. Sejarah mencatat chiffon cake pertama kali dibuat oleh Harry Baker yang merupakan seorang juru masak kue di Amerika Serikat, tepatnya di kota Los Angeles. Kue chiffon yang Harry Baker buat menjadi buah bibir seketika di kalangan masyarakat karena cita rasanya yang lezat. Di tahun 1948 kue ini dipopulerkan oleh General Mills pada skala yang lebih luas, resep tersebut disimpan Harry selama 20 tahun hingga akhirnya resep chiffon tersebut dijual kepada General Mills yang mempopulerkan kue tersebut.

Selanjutnya King Donat Bakery juga menerima pesanan jika ada yang meminta parcel untuk lebaran, natalan, ataupun oleh-oleh. Tak hanya itu, di King Donat Bakery juga bisa membuat donat berbagai bentuk seperti huruf dan angka sehingga jika ada yang bosan dengan kue tart bisa memesan donat sesuai keinginan untuk dijadikan kejutan ulangtahun. Kue tart yang dipesan juga bisa berbagai macam bentuk seperti bentuk kamera, durian, sepatu, bahkan bisa dibentuk seperti pulau di tengah lautan yang nyata. King Donat Bakery juga mempromosikan melalui berbagai sosial media misalnya instagram, facebook, tiktok sehingga masyarakat di luar Rembang pun jadi tahu dan lebih mengenal King Donat Bakery. Kemudian meminta pelanggan memberikan testimonial terhadap roti yang telah dibeli dan King Donat Bakery juga meminta kritik saran untuk mengetahui apa kekurangannya agar bisa diperbaiki dan lebih berkembang lagi. Ramah dalam melayani pembeli juga sangat penting. Keramahan yang terpancar dari senyuman pemilik King Donat Bakery hingga para karyawan mampu membuat para pembeli menjadi tertarik. Bahkan jika kedatangan pembeli yang memiliki suasana hati kurang bagus, dengan pelayanan sikap yang ramah mampu mengubah suasana hati pembeli yang awalnya buruk menjadi lebih baik. Sehingga dengan pelayanan yang ramah mampu membuat para pelanggan merasa puas. King Donat Bakery selalu berupaya menggunakan bahan roti yang berkualitas sehingga mampu menciptakan rasa yang lezat. Dan King Donat Bakery juga melayani delivery order kue tart sehingga untuk para pelanggan yang memesan kue tart namun tidak ada waktu untuk mengambilnya maka karyawan King Donat Bakery dengan senang hati mengantarkan kue tart pesanan ke rumah pelanggan. King Donat Bakery juga masuk di dalam GrabFood sehingga para pelanggan bisa order melalui aplikasi Grab. Dari data tersebut setelah melakukan berbagai program strategi upaya yang dilakukan toko King Donat Bakery mampu memberikan dampak positif terhadap pendapatan harian King Donat Bakery.

Berikut ini data penjualan kasir harian dari King Donut bakery setelah melakukan beragam strategi pemasaran:

Tabel 2. Penjualan Harian dari King Donut bakery

Hari	Penjualan Donat dan Roti	Penjualan Kue Tart dan Parsel
Senin	Rp 9.600.000	Rp 10.200.000
Selasa	Rp 4.700.000	Rp 4.300.000
Rabu	Rp 4.200.000	Rp 4.400.000
Kamis	Rp 4.850.000	Rp 4.200.000
Jumat	Rp 6.450.000	Rp 12.250.000
Sabtu	Rp 7.300.000	Rp 14.900.000
Minggu	Rp 6.970.000	Rp 11.390.000



Pada Oktober 2024 tingkat penjualan mampu meraih Rp 8.000.000 sampai Rp 22.000.000 per harinya. Kenaikan tersebut berpengaruh terhadap penjualan kue tart maupun parsel yang pendapatannya mendapat Rp 4.000.000 sampai Rp 14.000.000. Kenaikan tersebut juga berpengaruh terhadap penjualan donat dan roti, yaitu mampu mencapai Rp 4.000.000 hingga Rp 9.000.000. Jadi dengan adanya program strategi tersebut sangat mempengaruhi pada peningkatan pendapatan penjualan parsel hingga roti terhadap King Donat Bakery karena sehari mampu menembus penjualan Rp 20.000.000 penghasilan yang didapatkan.

Berikut ini adalah hasil dari analisis SWOT dalam penelitian King Donat Bakery :

1. Kekuatan (Strengths)

a. Inovasi dalam Varian Produk

Toko King Donat Bakery kreatif dengan konsep modern seringkali memperlihatkan inovasi dalam varian produk, mewujudkan daya tarik baru tersendiri bagi para pelanggan.

b. Desain Interior yang Menarik

Desain interior King Donat Bakery yang estetis bisa menarik perhatian para pelanggan yang mencari pengalaman bersantap yang unik.

c. Aktif di Media Sosial

Kehadiran aktif di sosial media mendukung toko King Donat Bakery untuk terhubung dengan para pelanggan secara online serta membangun komunitas penggemar.

2. Kelemahan (Weaknesses)

a. Biaya Operasional yang Tinggi

Operasional toko King Donat Bakery dengan konsep modern, termasuk biaya desain interior dan pemasaran online, dapat menimbulkan beban biaya finansial yang tinggi.

b. Persaingan dengan Toko Roti

Persaingan dengan toko roti lain bisa menjadi tantangan serius.

c. Ketergantungan pada Tren Konsumen

Bergantung pada tren konsumen bisa menjadi risiko, karena selera pelanggan dapat berubah cepat.

3. Peluang (Opportunities)

a. Kerjasama dengan Influencer

Mengajak influencer untuk berkolaborasi dalam mempromosikan produk baru dapat meningkatkan visibilitas dan citra merek.

b. Program Diskon dan Loyalitas Pelanggan

Menerapkan program diskon atau loyalitas pelanggan dapat meningkatkan pertahanan pelanggan dan memotivasi pembelian berulang.

c. Pengembangan Menu

Mengembangkan menu dengan berbagai pilihan yang unik dan mengikuti tren dapat menarik perhatian pelanggan baru.

4. Ancaman (Threats)

a. Ketidakpastian Ekonomi

Kondisi ekonomi yang tidak stabil bisa menjadi faktor berkurangnya daya beli konsumen dan mengakibatkan penurunan kunjungan ke toko roti.

b. Ketidakpastian Tren Konsumen

Ketidakpastian dalam tren konsumen mampu menciptakan risiko bisnis yang relevan. Dengan mengetahui kendala dan strategi upaya yang dilakukan oleh pihak pemilik King Donat Bakery maupun pihak karyawan toko diharapkan mampu mengantisipasi penurunan pendapatan, serta diharapkan mampu membawa dampak positif bagi King Donat Bakery tersebut untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

4.KESIMPULAN

Simpulan dari penelitian yang berjudul Penerapan Analisis Swot Untuk Meningkatkan Penjualan Pada King Donat Bakery Jalan Dokter Wahidin Kota Rembang, yaitu adanya peluang usaha menarik tersebut membuat King Donat Bakery dihadapkan pada banyaknya para pesaing sehingga akhir-akhir ini membuat pendapatan yang dihasilkan toko sedikit menurun karena maraknya para pesaing yang membuka usaha dengan produk yang sama, dan menjual produk dengan harga yang relatif murah. Produk di King Donat Bakery bermacam-macam mulai dari roti bluder, sus, pastri, roti boy, korean garlic, dan masih banyak produk bakery lainnya. Selain produk roti King Donat Bakery juga menjual berbagai aneka jajanan tradisional, dessert, pudding, salad buah, dan donat. Tak hanya itu, King Donat Bakery juga melayani pembuatan parsel untuk acara, siap melayani delivery order. Penghasilan harian toko King Donat Bakery mampu mengalami peningkatan setelah menerapkan strategi seperti membuat tart dengan model menarik, membuat donat huruf dan angka serta bentuk lain yang cantik, membuat kardus yang cantik berlogo King Donat Bakery, mempertahankan kualitas bahan roti, ramah dalam melayani pembeli, memahami dan menyediakan kebutuhan pembeli, selalu up to date dengan makanan kekinian, melakukan inovasi dan kreasi, melayani delivery dengan ongkir suka-suka, masuk di grab untuk penjualan online, serta mempromosikan di berbagai sosial media seperti instagram, facebook, dan tiktok. (Helianthusonfri, J., 2021). Dari strategi tersebut terbukti membawa dampak yang positif bagi pendapatan harian toko King Donat Bakery sehingga penjualan roti, jajanan tradisional serta parsel berhasil mengalami peningkatan, sehingga grafik tingkat pendapatan juga ikut mengalami peningkatan. Dari penelitian yang sudah dilaksanakan tersebut peneliti memberi saran supaya pihak pemilik toko mampu mengupayakan agar lahan parkir untuk para pelanggan bisa membuatnya merasa aman dan nyaman ketika memarkirkan kendaraannya pada saat berkunjung, dan untuk harga produk diharapkan mampu bersaing dengan harga produk di toko lain namun harus tetap mempertahankan kualitas bahan. Untuk pihak karyawan disarankan agar melakukan kegiatan update promosi setiap hari di berbagai media sosial dengan membuat iklan yang menarik agar mampu meningkatkan minat para pelanggan seperti membuat tiktok yang berisi produk bakery yang tersedia di King Donat Bakery, memposting berbagai testimoni dari para pelanggan untuk meyakinkan para pengguna sosial media bahwa kualitas roti di King Donat Bakery memang luar biasa, serta diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang bisa mempengaruhi menurunnya pendapatan agar tidak mengakibatkan grafik tingkat penjualan semakin menurun.

DAFTAR PUSTAKA

- Arman Syah, S. M. (2023). *Strategi Pemasaran*. Bandung: Widina Media Utama.
- Arwini, N. P. (2021). Roti, Pemilihan Bahan Dan Proses Pembuatan. *Jurnal Ilmiah Vastuwidya*.
- Chakti, A. G. (2021). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL*. (Sobirin, Ed.) Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Endarwita. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA LINJUANG MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta Pusat: Elex Media Komputindo.
- Helianthusonfri, J. (2021). *15+ Social Media Marketing Apps*. Jakarta Pusat: Elex Media Komputindo.
- Hokianto, H. F. (2023). Analisis SWOT Pada Usaha Kuliner (Studi Pada Warung Mas Damar Di Kota Pontianak). *Aksioma : Jurnal Manajemen*.
- IWAN HERMAWAN, S. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Cilombang 2 Kuningan: Hidayatul Quran.

- Mohamadi, R. F. (2024). Pahami Analisis SWOT Perusahaan, Simak Contoh Ini. *Jurnal Mekari*.
- Nasution, I. R., & Sartini, S. (2020). Pelatihan Akuntansi dan Pelatihan Penggunaan Bahan Pengawet kepada Pengusaha Home Industri Roti Kacang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*.
- Pratama, W., Swamilaksita, P. D., Angkasa, D., Ronitawati, P., & Fadhillah, R. (2021). Pengembangan Roti Tawar Sumber Protein Dengan Pertambahan Tepung Ampas Kelapa Dan Tepung Kedelai. *Jurnal Pangan dan Gizi*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sari, D. (2020). Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *PRAGMATIS JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*.
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Winarni, E. W. (2021). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS: ANALISIS SWOT DALAM MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN. *JURNAL MANEKSI*.

Peran Dan Praktik *Artifical Intelligence* Dalam Efisien Promosi

**Rezario Febrianta Chandra¹, Ade Nur Saleha², Ahwe Eliza Nanda³, Epehulisa Br Ginting⁴,
Maria Meisen⁵, Mutia Dwi Ananda⁶, Nur Aini⁷**

STIE Pembangunan Tanjung Pinang -¹rezario.azra1@gmail.com

-²adenur802@gmail.com

-³sekretariat@stie-pembangunan.ac.id

-⁴epehulisabrginting@gmail.com

-⁵mariameisen@gmail.com

-⁶mutiadwiananda@gmail.com

-⁷nuraini25@gmail.com

Abstrak—*Artificial Intelligence (AI) has become a crucial technology in enhancing promotional efficiency in marketing. This study aims to analyze the role and practices of AI in promotional strategies using a qualitative method with a literature review approach. This method was chosen to examine various academic sources, journals, and previous research to gain a deeper understanding of AI implementation in marketing strategies. The findings indicate that AI plays a role in automating marketing, analyzing customer behavior, and improving audience targeting accuracy. Various AI practices in promotions include the use of machine learning algorithms, AI-powered chatbots, and big data analytics, enabling businesses to provide more personalized customer experiences and increase sales conversion. Additionally, AI supports promotional efficiency through more precise market segmentation, content personalization, and predictive analysis, helping companies develop more effective marketing strategies. Despite its numerous benefits, AI implementation also faces challenges such as data privacy issues, ethical concerns, and technological infrastructure limitations in some businesses. Therefore, this study recommends more optimal AI adaptation strategies to ensure its effective utilization in enhancing promotional efficiency and business competitiveness.*

Keywords: *Role of Artificial Intelligence, Practices of Artificial Intelligence and Promotional Efficiency*

1. PENDAHULUAN

Di dalam dunia bisnis tentunya sangat memerlukan strategi dan teknik marketing untuk menciptakan bisnis bisa berkembang dan membuat nama dari bisnis tersebut bisa terkenal. Pada era revolusi industri 4.0 yang kini bergerak menuju 5.0, seluruh pihak didorong untuk menyesuaikan diri dengan pesatnya perkembangan industry. Beberapa pengusaha, baik skala kecil seperti UMKM maupun perusahaan besar, telah memanfaatkan pemasaran digital. Digitalisasi tidak hanya memengaruhi kehidupan sosial, tetapi juga merambat ke dunia bisnis. Bukan hanya itu dalam dunia bisnis orang akan lebih tertarik pada produk atau kegiatan apapun yang dibisniskan yang di promosikan atau diperkenalkan terlebih dahulu dibandingkan dengan produk yang tidak di pasarkan tentunya (Vania Regita Lailia & Jojok Dwiridotjahjono, 2023). Perkembangan Internet of Things dalam dunia bisnis telah mengubah model pemasaran dan promosi, yang sebelumnya hanya mengandalkan iklan televisi, kini beralih ke platform digital. Perusahaan dan pelaku usaha kini dapat memasarkan produk mereka dengan lebih mudah melalui internet, khususnya media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, TikTok, serta berbagai platform lainnya (Widya Asvita Putri Nst et al., 2023). Promosi yang secara digital sendiri bisa kita ketahui bahwa adanya pada masa 1980 an. Setiap bagian dari bisnis mulai dari perencanaan atau penentuan produk sampai ke penyelesaian dan siap untuk dijual sudah bisa dilakukan lebih mudah dengan adanya *artificial intelligence* (AI). *Artificial intelligence* (AI) merupakan teknologi yang memungkinkan komputer untuk mempelajari data, mengidentifikasi pola, mengambil keputusan, serta menyelesaikan tugas-tugas kompleks dengan cepat dan efisien. Teknologi ini memberikan kemampuan bagi komputer untuk berpikir dan belajar (Khasanul Huda et al., n.d.). Promosi digital memiliki biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode promosi konvensional. Dengan demikian, harga jual produk dapat lebih kompetitif, sehingga mampu menarik lebih banyak calon pelanggan.

AI (*Artificial Intelligence*) atau kecerdasan buatan merupakan salah satu bentuk kemajuan dalam teknologi informasi. Menurut McLeod dan Schell, AI (*Artificial Intelligence*) adalah aktivitas yang memberikan mesin seperti komputer kemampuan untuk menampilkan perilaku yang dianggap

setara dengan kemampuan yang ditunjukkan oleh manusia dan merupakan sistem komputer yang dapat melakukan pekerjaan yang memerlukan kecerdasan manusia untuk menyelesaiakannya. Kecerdasan buatan (AI) memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi promosi dengan menyediakan solusi otomatisasi, personalisasi, dan analisis data yang mendalam. Menurut Alma (2006) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Menurut Zimmere (2002) promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi. Menurut Fandy Tjiptono (2001) promosi adalah suatu bentuk komunikasi yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Singkatnya, promosi adalah strategi terencana yang memanfaatkan berbagai elemen promosi sebagai sarana untuk menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen tentang produk dan merek perusahaan. Tujuannya jelas—meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi di pasar. Menurut Kotler et al. (2021) teknologi AI (*Artificial Intelligence*) memungkinkan perusahaan untuk memahami preferensi pelanggan, memprediksi perilaku pembelian, dan menawarkan konten yang relevan secara real-time. Ada beberapa peran AI (*Artificial Intelligence*) dalam bidang promosi yaitu Menggunakan chatbot untuk menyediakan layanan bagi pelanggan dengan cara yang cepat dan efisien, Menawarkan rekomendasi produk yang disesuaikan dengan riwayat pembelian dan preferensi masing-masing pelanggan, Memantau media sosial guna memahami bagaimana pelanggan merasa terhadap suatu merek dan Melakukan pembelian iklan secara otomatis dengan mengandalkan data perilaku pengguna.

Penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) membuat jangkauan promosi atau hasil dari promosi tersebut bisa terjangkau lebih luas dari yang tidak menggunakan AI (*Artificial Intelligence*). Menurut Alma (2006) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Dimana saat ini kesulitan dalam menemukan dan mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan seseorang menjadi lebih kecil karena semua bisa serba online. Menggunakan AI (*Artificial Intelligence*) juga sangat mudah dan bisa di pakai oleh siapapun yang sudah memiliki handphone dan daerah tersebut memiliki jaringan internet. Saat ini banyak daerah yang bahkan terpencil pun sudah melakukan promosi dengan bantuan AI atau cara online lainnya. Dengan AI (*Artificial Intelligence*) dapat mempromosikan tempat produk, jasa dan sebagainya yang bisa menghasilkan keuntungan. Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dan Machine Learning (ML) dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis hingga 40% dalam proses pengambilan keputusan. Dengan kemampuan menganalisis Big Data, AI dan ML mampu mengidentifikasi pola kompleks, memberikan wawasan mendalam, dan membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih cepat, cerdas, dan efektif. (Rusdi Hidayat et al., 2024). Namun, dalam proses pengambilan keputusan terhadap hal krusial, para pengambil keputusan sering kali mengalami kesulitan dan berbagai tantangan.

Promosi menggunakan AI (*Artificial Intelligence*) sendiri sudah lebih efisien untuk dilakukan dalam teknik marketing yang tentunya dalam segi biaya serta tenaga tidak banyak terpakai dalam proses promosi. AI (*Artificial Intelligence*) mampu mengolah data dalam skala besar dengan kecepatan tinggi, yang memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan efisien. Salah satu bidang di mana digital marketing menggunakan AI (*Artificial Intelligence*) menunjukkan potensi besar adalah dalam strategi promosi dan pemasaran. Digital marketing menjadi kunci utama menggunakan dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis. Hal ini disebabkan karena penerapan digital marketing memungkinkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk memantau perilaku pelanggan secara langsung. Oleh karena itu, kami terdorong untuk berbagi pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi AI (*Artificial Intelligence*) guna mendukung promosi dan pemasaran produk. Harapannya, hal ini dapat membuka wawasan dan menginspirasi pemilik usaha untuk melakukan inovasi dalam strategi pemasaran. Agar bisnis mereka tetap bertahan dan terus maju.

Di Indonesia, trend penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) dalam promosi diperkuat dengan luasnya jangkauan internet yang tinggi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada ekosistem digital. Perusahaan e-commerce, perbankan, dan industri kreatif semakin banyak mengadopsi AI (*Artificial Intelligence*) untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan efisiensi

operasional. Namun, masih terdapat tantangan dalam penerapan AI (*Artificial Intelligence*) di industri promosi, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, kebutuhan akan tenaga kerja yang terampil di bidang AI (*Artificial Intelligence*), serta kekhawatiran mengenai privasi dan etika dalam pengolahan data konsumen.

Promosi yang efektif adalah kunci kesuksesan dalam mencapai target pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, tantangan yang dihadapi oleh perusahaan adalah bagaimana cara mencapai efisiensi dalam proses promosi tersebut. Penggunaan AI dalam promosi tidak hanya membantu dalam mengotomatisasi tugas-tugas rutin, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen, preferensi, dan trend pasar. Dengan demikian, AI (*Artificial Intelligence*) dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih akurat, relevan, dan berdampak.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran dan praktik AI (*Artificial Intelligence*) dalam meningkatkan efisiensi promosi. Dalam kajian ini, akan dibahas bagaimana teknologi AI (*Artificial Intelligence*) dapat diterapkan dalam berbagai aspek promosi, menganalisis peran dan praktik AI dalam meningkatkan efisiensi promosi di Indonesia. Dengan memahami dampak AI (*Artificial Intelligence*) terhadap strategi promosi dan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dan pemangku kepentingan dalam mengoptimalkan teknologi AI guna meningkatkan daya saing dan efektivitas promosi di era digital.

2. METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan studi literatur secara mendalam mengenai peran dan praktik AI (*Artificial Intelligence*) dalam efisiensi promosi. Metode kualitatif dipilih disebabkan peneliti dapat mengungkap makna dan interpretasi yang mendalam dari beragam sumber literatur yang relevan. Studi literatur dilakukan melalui pengumpulan data, analisis dan sistensi berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, artikel dan laporan penelitian yang berkaitan erat dengan penelitian. Tujuan dari studi ini adalah untuk membangun pemahaman komprehensif mengenai konsep, teori dan temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan peran dan praktik *artificial intelligence* dalam efisiensi promosi.

Proses studi literatur dalam penelitian ini berkaitan dalam serangkaian tahapan yang sistematis, dimulai dari identifikasi kunci besar yang relevan, mencari literatur basis data akademik dan pencarian khusus, hingga seleksi dan evaluasi kritik terhadap sumber-sumber yang ditemukan. Peneliti akan menggunakan tema-tema kunci, pola, dan argument yang muncul dari literatur yang ditinjau. Selain itu, peneliti juga akan melakukan sintesis dari berbagai temuan penelitian untuk membangun kerangka konseptual yang tegas dan memberikan wawasan baru tentang peran dan praktik AI (*Artificial Intelligence*) dalam promosi.

Keandalan data dalam penelitian ini dijamin melalui penerapan teknik triangulasi sumber, yaitu metode yang bertujuan untuk meningkatkan validitas dan kepercayaan data dengan membandingkan informasi dari berbagai referensi. Dalam konteks ini, penelitian mengandalkan sumber dari jurnal ilmiah dan literatur akademik yang sesuai dengan topik yang diteliti. Dengan membandingkan berbagai referensi, peneliti dapat mengidentifikasi kesamaan maupun perbedaan dalam temuan yang diperoleh, sehingga memastikan bahwa data yang digunakan tetap konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan. Jika ditemukan perbedaan antara sumber, penelitian akan mengeksplorasi lebih dalam untuk memahami penyebab ketidaksesuaian tersebut, sehingga hasil yang dihasilkan menjadi lebih akurat dan terpercaya.

Selain memastikan keakuratan data, penelitian ini juga mengacu pada berbagai teori yang telah berkembang dalam bidang pemasaran digital dan kecerdasan buatan. Pemanfaatan teori-teori yang relevan bertujuan untuk membangun dasar konseptual yang kokoh, sehingga penelitian ini tidak hanya mengandalkan data empiris, tetapi juga memiliki landasan teoritis yang jelas. Teori dalam pemasaran digital memberikan pemahaman tentang strategi serta perilaku konsumen di lingkungan digital, sementara teori AI (*Artificial Intelligence*) berperan dalam menjelaskan penerapan teknologi dalam analisis serta proses pengambilan keputusan. Dengan merujuk pada teori-teori ini, penelitian dapat membangun kerangka berpikir yang terstruktur serta memperkuat argumen dalam analisis dan interpretasi data. Hal ini memastikan bahwa penelitian memiliki dasar ilmiah yang kuat dan memberikan kontribusi lebih besar dalam memahami fenomena yang diteliti.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menjunjung tinggi etika akademik, termasuk pencantuman sumber yang akurat, pencegahan plagiarisme, serta interpretasi literatur yang objektif. Selain itu, transparansi dalam metode penelitian dan analisis data turut diprioritaskan guna memastikan

validitas hasil yang dapat diuji serta direplikasi dalam studi berikutnya. Dengan pendekatan yang sistematis dan etis ini, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap pengembangan wawasan akademik dan praktis terkait pemanfaatan AI (*Artificial Intelligence*) dalam strategi promosi bisnis. Lebih dari itu, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi berharga bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi pemasaran berbasis AI (*Artificial Intelligence*) yang lebih inovatif dan efektif.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Artificial Intelligence Dalam efisiensi promosi

Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) telah menjadi inovasi teknologi yang berpengaruh besar dalam berbagai bidang bisnis, termasuk strategi pemasaran. Kecerdasan Buatan (AI) menjadi topik yang banyak menarik perhatian, terutama karena pengaruhnya yang semakin nyata dalam kehidupan sehari-hari. Tanpa disadari, banyak orang telah berinteraksi dengan AI dalam berbagai bentuk, seperti pada smartphone, media sosial, layanan pencarian, atau aplikasi transportasi online. Keberadaan kecerdasan buatan (AI) akan merevolusi ekosistem bisnis serta memperbarui interaksi antara perusahaan dan pelanggan di masa depan menuju peningkatan yang lebih baik. Misalnya, AI dapat digunakan untuk menganalisis waktu terbaik bagi perusahaan dalam mempublikasikan konten, seperti berita dan video promosi produk atau jasa, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran (Arief et al., 2024). Strategi pemasaran berbasis kecerdasan buatan (AI) di marketplace memanfaatkan teknologi untuk menyusun strategi promosi yang lebih personal dan efektif dengan menganalisis data pengguna (Khasanul Huda et al., n.d.). Dengan kemampuannya dalam mengolah serta menganalisis data dalam jumlah besar secara cepat dan tepat, AI (*Artificial Intelligence*) memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi serta efektivitas promosi di berbagai industri.

Teknologi ini berperan dalam mengoptimalkan berbagai aspek pemasaran, mulai dari perencanaan kampanye, penentuan target pasar yang sesuai, hingga evaluasi hasil promosi untuk penyempurnaan strategi di masa mendatang (Nabilla Tita Khairani & Della Puspita, 2024). Bisnis memanfaatkan teknologi pemasaran untuk meningkatkan lalu lintas data ke situs web resmi mereka, mengumpulkan umpan balik pelanggan, meningkatkan penjualan, mengelola data dengan lebih efisien, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan (Priowirjanto, 2022). Salah satu kelebihan utama AI (*Artificial Intelligence*) dalam promosi adalah kemampuannya menerapkan algoritma pembelajaran mesin (*machine learning*), yang memungkinkan sistem secara otomatis mempelajari pola perilaku konsumen berdasarkan data historis. Melalui analisis mendalam terhadap data transaksi, preferensi pelanggan, dan interaksi mereka dengan berbagai media pemasaran, perusahaan dapat memperoleh wawasan yang lebih akurat mengenai kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih personal dan sesuai dengan target audiens. Tinjauan literatur sistematis mengenai peran AI (*Artificial Intelligence*) dalam strategi pemasaran. Mereka menemukan bahwa AI (*Artificial Intelligence*) dapat mengotomatisasi proses pemasaran, seperti personalisasi konten dan penargetan iklan, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi dan efektivitas promosi (Irawan & Kasih Bangsa, 2025). Temuan ini menekankan pentingnya integrasi AI (*Artificial Intelligence*) dalam strategi pemasaran modern untuk mencapai hasil yang optimal.

Selain itu, AI (*Artificial Intelligence*) berperan dalam meningkatkan ketepatan segmentasi pasar dengan mengelompokkan pelanggan berdasarkan karakteristik tertentu, seperti demografi, minat, dan pola pembelian mereka. Dengan segmentasi yang lebih presisi, perusahaan dapat menyasar kampanye promosi kepada kelompok pelanggan yang lebih spesifik, sehingga pesan pemasaran yang disampaikan menjadi lebih relevan dan berpeluang meningkatkan tingkat konversi. AI (*Artificial Intelligence*) juga dapat dimanfaatkan untuk menyempurnakan strategi promosi melalui analisis prediktif. Dengan teknologi ini, perusahaan mampu memproyeksikan tren pasar di masa depan, menentukan waktu yang ideal untuk menjalankan kampanye, serta mengantisipasi perubahan dalam perilaku konsumen. Analisis prediktif berbasis AI (*Artificial Intelligence*) membantu perusahaan dalam mengelola anggaran pemasaran secara lebih efisien, sehingga investasi promosi dapat menghasilkan keuntungan optimal.

Secara keseluruhan, penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) dalam strategi promosi tidak hanya membantu meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan teknologi ini, perusahaan dapat merancang kampanye yang lebih cerdas, efektif, dan tepat sasaran, yang pada akhirnya

berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan serta pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Secara umum, berbagai literatur menunjukkan bahwa penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) dalam promosi mampu meningkatkan efisiensi melalui segmentasi pasar yang lebih presisi, personalisasi konten, dan analisis sentimen. Dengan mengadopsi teknologi ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi promosi yang lebih terarah dan optimal, sehingga berdampak positif pada peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Praktik Artificial Intelligence Dalam efisien promosi

AI (*Artificial Intelligence*) memiliki kemampuan untuk mengolah data dalam jumlah besar dengan cepat dan mengidentifikasi pola perilaku pelanggan. Perluasan jaringan internet memberikan manfaat besar dalam mempromosikan produk, karena memungkinkan produk lebih dikenal secara luas dan memudahkan akses informasi bagi calon pelanggan (Wahyudi, 2023). Dengan teknik machine learning dan data mining, AI (*Artificial Intelligence*) dapat mengelompokkan pelanggan berdasarkan preferensi, kebiasaan berbelanja, dan demografi mereka. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyusun strategi promosi yang lebih terarah dan relevan. Dalam era digital, pelanggan lebih tertarik pada konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. AI (*Artificial Intelligence*) memungkinkan personalisasi konten secara real-time dengan menyesuaikan rekomendasi produk, iklan, dan email marketing berdasarkan histori pencarian dan interaksi pelanggan. Algoritma berbasis AI (*Artificial Intelligence*) seperti yang digunakan oleh Amazon dan Netflix telah membuktikan efektivitas personalisasi dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan. Salah satu marketplace terbesar di Indonesia, telah berhasil mengimplementasikan AI (*Artificial Intelligence*) dalam strategi promosi mereka. Dengan menggunakan teknologi deep learning, Tokopedia dapat menganalisis data pelanggan secara mendalam dan menyusun promosi yang sangat personal. Hasilnya, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pembelian melalui promosi berbasis AI (*Artificial Intelligence*).

AI (*Artificial Intelligence*) mampu menganalisis data pelanggan secara mendalam, memberikan wawasan yang lebih tajam bagi perusahaan untuk memahami preferensi dan perilaku konsumen dengan lebih akurat. Melalui analisis data yang komprehensif, AI (*Artificial Intelligence*) dapat membantu dalam segmentasi pasar yang lebih tepat sasaran, sehingga promosi yang dilakukan menjadi lebih relevan dan efektif. Sebagai contoh, dengan memanfaatkan algoritma pembelajaran mesin, perusahaan dapat memprediksi produk atau layanan yang diminati oleh segmen konsumen tertentu, sehingga penawaran diskon atau giveaway dapat disesuaikan dengan preferensi tersebut (Widya Asvita Putri Nst et al., 2023).

Selain itu, AI (*Artificial Intelligence*) berperan penting dalam mengotomatisasi berbagai aspek promosi di media sosial, memungkinkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efisien. Dengan dukungan chatbot berbasis AI (*Artificial Intelligence*), interaksi dengan pelanggan dapat berlangsung secara real-time tanpa perlu campur tangan manusia secara langsung, sehingga respons menjadi lebih cepat, akurat, dan konsisten. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih personal dan interaktif bagi konsumen. Sebagai contoh, chatbot dapat memberikan rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi pengguna, menjawab pertanyaan umum secara otomatis, hingga memproses transaksi sederhana dengan cepat dan aman. Dengan berbagai keunggulan ini, AI (*Artificial Intelligence*) tidak hanya membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas merek dan mendorong tingkat konversi yang lebih tinggi dalam strategi pemasaran digital.

AI (*Artificial Intelligence*) juga memainkan peran penting dalam memprediksi tren pasar serta pola perilaku konsumen di waktu yang akan datang. Dengan menganalisis data historis dan pola konsumsi, AI (*Artificial Intelligence*) dapat memberikan wawasan yang berguna bagi perusahaan untuk menyesuaikan strategi promosi mereka. Hal ini membantu bisnis mengantisipasi permintaan pasar dan mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien. Beberapa perusahaan besar telah menerapkan AI (*Artificial Intelligence*) dalam strategi pemasaran mereka dengan hasil yang signifikan. Contohnya Coca-Cola menggunakan AI (*Artificial Intelligence*) untuk menganalisis data konsumen dan menciptakan kampanye iklan yang lebih personal (Gomez, 2020). Nike menerapkan AI dalam kampanye digital mereka untuk menargetkan audiens yang lebih spesifik berdasarkan preferensi olahraga (Martin & Lee, 2021). Sephora menggunakan chatbot berbasis AI (*Artificial Intelligence*) untuk membantu pelanggan dalam memilih produk kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Garcia, 2019). Tokopedia memanfaatkan peluang besar dapat dimanfaatkan dengan mengintegrasikan kecerdasan buatan (AI) guna membantu pelaku bisnis merumuskan strategi pemasaran inovatif berdasarkan pola perilaku konsumen. Dengan dukungan big data,

sistem ini mampu mengoptimalkan target pemasaran secara lebih efektif. AI (*Artificial Intelligence*) berperan dalam menganalisis, mengelompokkan data, dan menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran (Fatha et al., 2021). Selain itu, AI (*Artificial Intelligence*) juga memungkinkan penyisipan iklan berbayar di berbagai situs atau website yang dikunjungi pelanggan, sesuai dengan preferensi mereka, sehingga meningkatkan peluang konversi.

Meskipun AI (*Artificial Intelligence*) menawarkan banyak manfaat dalam meningkatkan efisiensi promosi, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. penting untuk dicatat bahwa implementasi AI (*Artificial Intelligence*) dalam promosi harus dilakukan dengan mempertimbangkan aspek etika dan privasi. Pengumpulan dan analisis data konsumen harus sesuai dengan regulasi yang berlaku, dan perusahaan harus transparan dalam penggunaan data tersebut. Dengan demikian, kepercayaan konsumen dapat tetap terjaga, yang pada akhirnya akan mendukung keberhasilan strategi promosi yang diterapkan. Biaya implementasi AI (*Artificial Intelligence*) masih menjadi hambatan bagi banyak perusahaan karena memerlukan investasi besar dalam teknologi dan infrastruktur data. Selain itu, penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) dalam pemasaran membutuhkan data pelanggan yang besar, sehingga memunculkan risiko terkait privasi dan keamanan data. Tidak semua perusahaan juga memiliki tenaga kerja yang ahli dalam mengelola dan mengimplementasikan AI (*Artificial Intelligence*). Meskipun masih terdapat tantangan dalam implementasinya, manfaat yang ditawarkan AI (*Artificial Intelligence*) dalam strategi pemasaran jauh lebih besar, menjadikannya sebagai elemen penting dalam upaya pemasaran masa kini dan masa depan. Perusahaan yang mampu mengadopsi dan mengoptimalkan AI (*Artificial Intelligence*) dalam promosi mereka akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar di pasar yang semakin kompetitif ini.

Beberapa tantangan yang dihadapi termasuk masalah privasi data, etika penggunaan AI (*Artificial Intelligence*), serta kebutuhan akan infrastruktur teknologi yang memadai. Penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) seringkali melibatkan pengumpulan dan analisis data pelanggan yang sangat besar. Tantangan yang muncul adalah bagaimana melindungi privasi dan keamanan data tersebut. Kebocoran data atau penggunaan data yang tidak etis dapat merusak kepercayaan pelanggan dan membawa konsekuensi hukum. Implementasi AI (*Artificial Intelligence*) memerlukan infrastruktur teknologi yang memadai, termasuk perangkat keras yang canggih dan jaringan yang kuat. Di beberapa wilayah atau perusahaan dengan sumber daya terbatas, pembangunan infrastruktur yang mendukung AI (*Artificial Intelligence*) bisa menjadi tantangan besar. Algoritma AI (*Artificial Intelligence*), khususnya yang berbasis pembelajaran mesin (*machine learning*) dan pembelajaran mendalam (*deep learning*), bisa sangat kompleks. Membuat dan mengelola algoritma ini membutuhkan keahlian khusus yang mungkin tidak dimiliki oleh semua organisasi (Fatha et al., 2021). Selain itu, algoritma ini sering kali beroperasi sebagai "kotak hitam" yang sulit dipahami, sehingga sulit untuk menjelaskan keputusan yang diambil oleh AI (*Artificial Intelligence*) kepada pemangku kepentingan. AI (*Artificial Intelligence*) membutuhkan data berkualitas tinggi untuk dapat berfungsi dengan baik. Data yang tidak lengkap, bias, atau tidak akurat dapat mengarah pada hasil yang tidak memadai atau bahkan menyesatkan. Oleh karena itu, pengumpulan dan pengolahan data yang tepat menjadi tantangan penting.

Etika penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) adalah isu penting yang perlu dipertimbangkan. Ini mencakup bagaimana memastikan bahwa AI (*Artificial Intelligence*) digunakan secara adil dan tidak diskriminatif, serta bagaimana mengelola dampak sosial dan ekonomi dari otomatisasi yang disebabkan oleh AI (Adi Wicaksono et al., 2024). Selain itu, penting juga untuk mengatur penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) agar tidak digunakan untuk tujuan yang merugikan atau ilegal. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, AI (*Artificial Intelligence*) tetap menjadi inovasi yang berpotensi besar dalam dunia promosi dan periklanan. Teknologi ini memungkinkan otomatisasi pemasaran, analisis data yang mendalam, serta personalisasi konten yang lebih tepat sesuai dengan preferensi dan kebiasaan konsumen.

Dengan strategi yang matang, regulasi yang mendukung dan integrasi teknologi yang cerdas, AI (*Artificial Intelligence*) dapat membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih kreatif, interaktif, dan efektif. Lewat analisis big data dan machine learning, AI (*Artificial Intelligence*) mampu mengenali tren pasar, mengoptimalkan strategi pemasaran, serta meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan konten yang lebih relevan. Sebagai ilustrasi, bayangkan seorang konsumen yang sedang mencari sepatu futsal. Beberapa kali ia mengakses berbagai situs di internet untuk menemukan produk yang diinginkan. Aktivitas ini secara otomatis terekam dalam big data, membentuk pola perilaku digital yang dapat dimanfaatkan oleh para programmer. Dengan data tersebut, sistem pemasaran berbasis AI (*Artificial Intelligence*) dapat menampilkan iklan yang

relevan dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen secara lebih spesifik. Alhasil, saat konsumen kembali menjelajahi internet, ia akan disuguhkan iklan sepatu futsal serta perlengkapan pendukung lainnya, seperti kaos, topi, sepatu, dan kaus kaki, yang semakin memperkuat daya tarik promosi. Oleh karena itu, AI (*Artificial Intelligence*) bukan sekadar alat bantu, tetapi juga menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk meraih keunggulan di era digital yang terus berkembang.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) dalam promosi dan periklanan terus berkembang, memberikan peluang baru bagi perusahaan untuk menghadirkan strategi pemasaran yang lebih personal, efisien, dan berbasis data. Oleh karena itu, beradaptasi dengan AI (*Artificial Intelligence*) bukan lagi sekadar opsi, melainkan keharusan bagi bisnis yang ingin tetap bersaing dan relevan di tengah perubahan pasar yang dinamis.

4. KESIMPULAN

Kecerdasan Buatan (AI) telah menghasilkan transformasi signifikan dalam strategi promosi dengan membuat pemasaran lebih efisien dan efektif. Dengan kemampuannya menganalisis data dalam jumlah besar dengan cepat dan akurat, AI (*Artificial Intelligence*) membantu perusahaan mengoptimalkan berbagai aspek promosi, seperti merancang kampanye, membagi target pasar, menyesuaikan konten dengan pelanggan, dan mengevaluasi hasil promosi. Selain itu, AI (*Artificial Intelligence*) juga dapat memprediksi tren pasar dan perilaku konsumen, sehingga perusahaan bisa menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan lebih baik. Dengan memanfaatkan teknologi pembelajaran mesin dan analisis data yang mendalam, AI (*Artificial Intelligence*) dapat memberikan rekomendasi produk yang lebih sesuai dengan selera pelanggan. Selain itu, otomatisasi dalam promosi, seperti penggunaan chatbot untuk layanan pelanggan, membantu meningkatkan komunikasi dengan konsumen secara lebih efisien. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan AI (*Artificial Intelligence*) dalam strategi pemasarannya bisa mendapatkan keunggulan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, AI (*Artificial Intelligence*) membantu meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dengan memberikan informasi yang presisi dan terus diperbarui secara langsung. Dengan begitu, perusahaan dapat merancang kampanye yang lebih personal, meningkatkan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian, dan menggunakan anggaran pemasaran secara lebih efisien. Kemampuan AI (*Artificial Intelligence*) dalam membagi pasar dengan lebih tepat juga memungkinkan perusahaan menargetkan pelanggan potensial dengan lebih akurat, sehingga promosi menjadi lebih efektif dan langsung berkontribusi pada peningkatan penjualan.

Namun, penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) dalam promosi juga memiliki beberapa tantangan, seperti perlindungan data pribadi, etika dalam pemanfaatan AI (*Artificial Intelligence*), kebutuhan teknologi yang memadai, dan biaya yang cukup tinggi. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa AI (*Artificial Intelligence*) digunakan sesuai dengan peraturan yang berlaku serta tetap transparan dalam mengelola data pelanggan agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

5. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, berikut beberapa saran atau rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Perusahaan perlu mengalokasikan sumber daya untuk membangun teknologi yang mendukung penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) agar dapat berfungsi dengan maksimal. Selain itu, dalam penerapannya untuk promosi, AI (*Artificial Intelligence*) harus digunakan sesuai dengan kebijakan perlindungan data dan privasi pelanggan guna mencegah penyalahgunaan informasi.
2. Perusahaan perlu memberikan pelatihan kepada karyawan agar memiliki keterampilan dalam mengelola dan memanfaatkan teknologi AI (*Artificial Intelligence*) untuk membuat promosi lebih efektif.
3. Strategi pemasaran yang menggunakan AI (*Artificial Intelligence*) harus ditinjau secara rutin agar tetap efektif dan dapat menyesuaikan dengan tren pasar serta kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Selain itu, perusahaan harus memastikan bahwa AI tidak digunakan dengan cara yang dapat menimbulkan bias atau diskriminasi dalam promosi, serta menjamin bahwa sistem AI (*Artificial Intelligence*) beroperasi secara adil dan transparan.
4. AI (*Artificial Intelligence*) dapat digunakan untuk menganalisis opini pelanggan, menentukan waktu terbaik untuk memposting, serta menyesuaikan konten promosi agar lebih menarik dan sesuai dengan target audiens. Selain itu, perusahaan perlu terus berinovasi dalam

- pemanfaatan AI (*Artificial Intelligence*) untuk strategi promosi agar tetap unggul dalam persaingan pasar yang terus berkembang.
5. Penggunaan AI (*Artificial Intelligence*) yang transparan serta penjelasan yang jelas tentang cara perusahaan memanfaatkan data pelanggan dapat membantu mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Wicaksono, Heru Yulianto, Faizah Mintya Rahmawati, & Dimas. (2024). Peran Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Strategi Pemasaran Omnichannel pada UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(2), 345–357.
- Arief, H., Oktaviar, C., Nuryadi, H., Tama Putra Saratian, E., & Bernadetha Stephani, S. (2024). Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Sustainability Bisnis Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(6), 335–342. <https://doi.org/10.62335>
- Fatha, D. C., Saidah, I., Fatihah, D. C., Saidah, I., Ganesha, P. P., Kunci, K., & Promosi, S. (2021). Model Promosi Marketplace Berbasis Artificial Intelligence (AI) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 8, 806–817.
- Irawan, D., & Kasih Bangsa, S. (2025). Peran Artificial Intelligence (AI) dalam Mempersonalisasi Pengalaman Pelanggan. *Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 4(1), 134–140. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v4i1.2986>
- Khasanul Huda, M., Izzadin, A., dan Penyiaran Islam, K., Penyuluhan Islam, B., Ushuluddin Adab dan Dakwah, F., & Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (n.d.). *Implementasi Artificial Intelligence Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Layanan Di Marketplace Digital*.
- Nabilla Tita Khairani, A., & Della Puspita, P. (2024). Studi Kasus Pengembangan dan Penggunaan AI untuk Mendukung Aktivitas Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Sains Masyarakat*, 01(1), 15–20. <https://jurnal.transdi.or.id/index.php/jsm/article/view/7>
- Priowirjanto, E. S. (2022). Urgensi Pengaturan Mengenai Artificial Intelligence Pada Sektor Bisnis Daring Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), 254–272. <https://doi.org/10.23920/jbmh.v6i2.355>
- Rusdi Hidayat, Indah Respati Kusumasari, Zika Aisyantus Sophia, & Devina Rahma Puspita. (2024). Peran Teknologi AI dalam Mengoptimalkan Pengambilan Keputusan dalam Pengembangan Bisnis. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 167–178. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.905>
- Vania Regita Lailia, & Jojok Dwiridotjahjono. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(2), 01–10. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.161>
- Wahyudi, T. (2023). Studi Kasus Pengembangan dan Penggunaan Artificial Intelligence (AI) Sebagai Penunjang Kegiatan Masyarakat Indonesia. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 9(1), 28–32. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse28>
- Widya Asvita Putri Nst, Pristiyono, & Daslan Simanjuntak. (2023). Implementasi Praktik Promosi Diskon dan Giveaway Media Sosial Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 484–491. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.615>

Dampak *Artificial Financial Intelligence* dalam *Fintech Payments* terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Indonesia: A Systematic Literature Review

Zulmedia

Magister Akuntansi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang-zulmedia1402300041@unisulla.ac.id

Abstract-- The development of artificial intelligence (AI) in fintech payments has significantly changed the financial landscape, presenting new opportunities and challenges for the banking industry. The purpose of this study is to analyze the impact of Fintech on the financial performance of banks listed on the IDX in Indonesia. The research method used is systematic literature review (SLR). SLR: This method is used to examine research published in journals within a particular field of research. It involves assessing the results of reviews conducted on a particular topic. In its study, SLR concluded that fintech adoption can have a positive impact on sustainable financial performance. One of these is the utilization of digital databases, internet banking (e-banking), mobile banking (m-banking) and digital ATMs. Accounts, etc.

Keywords : Artificial Intelligence (AI), Fintech Payment, Financial Performance, Banking

1. PENDAHULUAN

Di era Industri 5.0 saat ini, pengembangan kecerdasan buatan telah memungkinkan terpenuhinya kebutuhan masyarakat dan bisnis dalam kehidupan kerja sehari-hari dengan mudah. (2023) Kecerdasan buatan (AI) adalah studi tentang bagaimana komputer dapat berpikir, belajar, dan bertindak seperti manusia. Komputer dapat berpikir seperti manusia dan dapat membantu kita memahami cara manusia berpikir. (Khoeri & Iskandar Mulyana, 2021) Teknologi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah kompleks di bidang bisnis dan membuat keputusan dengan menganalisis data yang tersedia dalam sistem. AI memiliki potensi untuk merevolusi banyak aspek kehidupan, termasuk bisnis. Dalam konteks bisnis, AI dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas. AI dapat mengotomatiskan tugas-tugas yang sebelumnya dilakukan oleh manusia, seperti pemrosesan data, pengambilan keputusan, dan layanan pelanggan. Selain itu, AI dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan serta memprediksi tren dan peluang pasar. Tujuan utama kecerdasan buatan adalah mengembangkan alat dan mesin yang memiliki kemampuan berpikir seperti manusia (Wahyudi, 2023). Industri fintech berkembang pesat di Indonesia. Menurut Asosiasi Fintech Indonesia (IFA), jumlah perusahaan fintech di Indonesia meningkat sebesar 78% dari 51 menjadi 135 antara tahun 2015 dan 2016 (Kennedy & Harefa, 2018). Pertumbuhan pesat ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk penetrasi telepon pintar yang tinggi, populasi usia kerja yang besar, dan masih rendahnya akses terhadap layanan keuangan formal. Perbankan merupakan sebuah bisnis layanan yang memiliki informasi yang padat dan berbasis teknologi sehingga perkembangan *FinTech* ini dapat membantu bank untuk dapat memperluas bisnisnya yang berujung pada peningkatan kinerja bank tersebut (Campanella et al., 2017). Selain (Arena et al., 2020) yang menunjukkan adanya korelasi dan pengaruh positif antara *FinTech* dengan kinerja perbankan di. Di lain sisi, perkembangan *FinTech* dapat memperburuk kinerja suatu perbankan yang dapat disebabkan karena platform pinjaman online dan investasi yang dapat memotong bisnis mereka sehingga terjadi penurunan profitabilitas yang diterima (Buchak et al., 2019). Oleh karena itu, terdapat ketidakjelasan bagaimana sebuah perusahaan dengan penggunaan *FinTech* didalamnya berdampak pada kinerja bank secara keseluruhan. Beberapa penelitian melaporkan adanya korelasi positif antara *FinTech* dan stabilitas

Halaman 45

keuangan (Li et al., 2022) sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil negatif (Nguyen & Dang, 2022). Selain *FinTech* yang memiliki hubungan terhadap kinerja keuangan bank maupun stabilitas keuangan bank, kinerja keuangan bank juga memiliki hubungan langsung terhadap stabilitas keuangan bank sesuai dengan penelitian terdahulu (Ketaren & Haryanto, 2020).

Artificial Intelligence (AI) adalah teknologi yang memungkinkan komputer melakukan tugas lebih baik daripada manusia. *Artificial Intelligence* (AI) digunakan untuk mengatasi keterbatasan dan kekurangan metode tradisional dalam layanan keuangan. Pembelajaran mesin dan pembelajaran mendalam adalah konsep mendasar dalam kecerdasan buatan. Pembelajaran mesin digunakan dalam kode operasional yang memungkinkan mesin berpikir dan memecahkan masalah secara otomatis. Melalui pembelajaran mendalam, mesin mempelajari hal yang sama seperti manusia. Artinya, komputer akan mampu mengklasifikasikan gambar, teks, dan ucapan secara langsung dan dengan akurasi yang lebih baik daripada manusia.

Fintech payment mengacu pada penggunaan teknologi dalam sistem keuangan untuk menciptakan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru yang berkontribusi pada stabilitas mata uang, sistem keuangan, dan pembayaran serta efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalannya. Hal ini dapat berdampak . Melalui pembayaran fintech, ekonomi digital berdampak pada stabilitas mata uang, sistem keuangan, serta efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Ekonomi digital menawarkan kemudahan berbagai metode pembayaran melalui pembayaran *fintech*, termasuk untuk tagihan, pembelian online, dan transaksi lainnya. Produk pembayaran Fintech di Indonesia meliputi uang elektronik (e-money), dompet digital (e-wallet), mobile banking, QRIS, gateway pembayaran dan *PayLater*. Pembayaran *Fintech* dapat meningkatkan layanan keuangan dengan menawarkan kemudahan, kecepatan, dan otomatisasi kepada pengguna.

Dampak *FinTech* terhadap kinerja keuangan (ROA), *FinTech* menawarkan kemajuan signifikan dalam inovasi dan layanan Penawaran yang berbeda, yaitu produk, layanan, dan segmen pasar. Ini berarti: Perubahan dalam produk, layanan, dan segmen pasar (Schüffel, (Inggris Raya, 2018). Pengembangan inovasi di bidang teknologi keuangan memerlukan proses dan realisasi sebagai berikut: Produk perbankan membuat kebutuhan informasi menjadi lebih mudah dan cepat Distribusi mudah karena jaringan pasarnya sudah luas (Campanella) dan lain-lain, 2017). Oleh karena itu, teknologi keuangan berdampak pada kinerja keuangan. Inovasi teknologi keuangan dapat meningkatkan kinerja produk dan layanan... Kemampuan bank untuk menghasilkan pendapatan (dana yang dikumpulkan dari nasabah). Menurut sebuah penelitian (Sanad & Lawati, 2023), teknologi keuangan Ini memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan (ROA).

3. METODE

Pengumpulan data dari penelusuran literatur melibatkan beberapa langkah: Temukan artikel dan kelompokkan artikel berdasarkan topik umum Dikategorikan berdasarkan topik, tahun studi dan relevansi dengan kriteria inklusi. Atur pengecualian lainnya, atur struktur penjelasan, dan bandingkan. Berdasarkan data yang saling berhubungan. Pencarian artikel melalui portal Google Scholar Kata Kunci: Kecerdasan buatan, Pembayaran Fintech, "BANK" memiliki periode terbit dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2023. Setelah artikel diterbitkan Berikutnya, peneliti mengelompokkan beberapa artikel yang dikumpulkan menjadi satu. Diberikan atas relevansinya dengan tema "Pemanfaatan Kecerdasan Buatan dalam Fintech" Pembayaran di sektor perbankan. Penelitian ini menggunakan diagram alir PRISMA-P (Elemen pelaporan yang direkomendasikan untuk tinjauan sistematis dan protokol meta-analisis) 2009 Ini akan digunakan dalam penelitian disertasi Anda. Bagan alir ini menunjukkan prosesnya Jumlah artikel dijelaskan melalui berbagai langkah sistematis Mereka akan diidentifikasi, disertakan, atau dikecualikan sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi.

Kriteria inklusi untuk penelitian ini adalah:

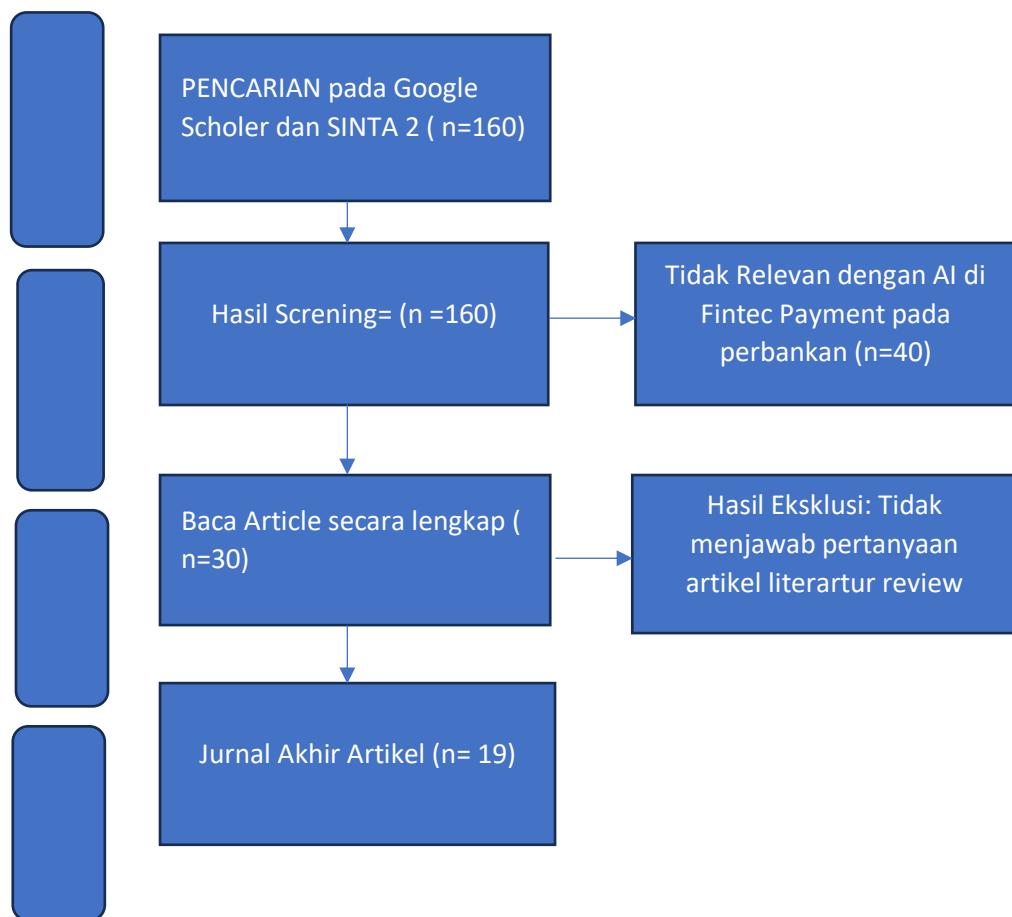
- a. Artikel penelitian tentang penggunaan kecerdasan buatan dalam pembayaran fintech untuk meningkatkan kinerja keuangan. Perbankan

- b. Artikel penelitian yang membahas pendorong penggunaan kecerdasan buatan dalam pembayaran fintech untuk meningkatkan kinerja keuangan.
- c. Sebuah artikel penelitian yang membahas tantangan pemanfaatan kecerdasan buatan dalam pembayaran fintech untuk meningkatkan kinerja keuangan.

Perbankan Kriteria eksklusi penelitian adalah:

- Artikel tidak termasuk cetakan awal, opini, atau komentar.
- b Makalah yang tidak dipublikasikan di jurnal Scorpius
- c. Jenis-jenis Artikel Tinjauan Pustaka

Gambar 1 Diagram Prisma : Tahapan Systematic Review



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pencarian menggunakan metode PRISMA pada database Google Scholer SINTA 2 mengidentifikasi 160 artikel, yang selanjutnya dilakukan penyaringan data. Untuk memeriksa relevansi judul artikel dengan topik yang sedang dibahas, Terdapat 160 artikel yang tidak pantas. Kualifikasi tingkat berikutnya berdasarkan peraturan Artikel dapat dilihat dalam teks lengkap, dengan 30 artikel tersisa hingga waktu berikutnya. Berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, digunakan 19 artikel. Dalam penelitian ini. Sebanyak 19 artikel kemudian dimasukkan dalam pencarian literatur. Lihat bagaimana kecerdasan buatan (AI) digunakan Industri perbankan dan jenis AI yang digunakan

Manfaat *penggunaan Artificial Intelligence pada Fintech Payment* dalam meningkatkan kinerja keuangan. pada industri perbankan

Tabel 1 Manfaat Penggunaan Artificial Intelligence pada Fintech Payment dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan pada Industri Perbankan

No	Penulis	Temuan
1	Alyzza Lintang Prameswari, Agus Purwanto (2024)	FinTech terhadap ROA, CAR, NPL dan LDR yang merupakan tolak ukur kinerja bank serta Z-Score sebagai tolak ukur stabilitas keuangan bank. Dengan memiliki perusahaan perbankan yang tercatat di BEI dalam rentang periode 2018 – 2023
2	Amelia Putri, Sholichan Hesti, Yuliyanti, Rudi Sanjaya (2024)	Financial Technology memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan struktur modal dan kualitas aset tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini memberikan implikasi bagi manajemen bank untuk mengoptimalkan penggunaan Financial Technology dan menjaga kualitas aset dalam rangka meningkatkan profitabilitas perusahaan
3	Devindya Citra Pramesti Putri1, Alya Lutfianti (2024)	FinTech berkontribusi terhadap inklusi keuangan dengan menjangkau masyarakat yang belum terlayani oleh bank tradisional. Namun, bank menghadapi tantangan dalam hal regulasi, keamanan data, dan persaingan
4	Eka Julianti Efris Saputri, Aditya Pradana, Rian Fitra Apriandi, Haviz Taufik, (2023)	Temuan penelitian menunjukkan bahwa teknologi keuangan tidak memiliki dampak signifikan terhadap indikator risiko kredit setelah diimplementasikan dan dioperasionalkan.
5	Fadi Shehab Shiyab, Abdallah Bader Alzoubi, Qais Mohammad Obidat and Hashem Alshurafat (2023)	AI memiliki efek positif pada kinerja akuntansi dalam hal ROA dan ROE dan dampak negatif pada total biaya, yang endukung pandangan dominan bahwa AI meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya dan juga konsisten dengan temuan literatur sebelumnya. Studi ini berkontribusi pada literatur AI yang terus berkembang, khususnya literatur tentang pengungkapan sukarela AI, dalam beberapa aspek. Pertama, studi ini menyediakan ukuran objektif penggunaan AI dengan merumuskan indeks pengungkapan AI yang menangkap status adopsi AI dalam praktik.
6	Muhammad Raihan, (2024)	Penggunaan teknologi AI yang cerdas dapat meningkatkan kinerja karyawan dan meningkatkan efisiensi operasional bisnis. Lebih jauh lagi, dengan menggunakan AI secara tepat, keterampilan dan potensi setiap karyawan dapat ditingkatkan. Dari sisi kinerja keuangan, teknologi AI ini mampu meningkatkan kualitas layanan Bank SUMUT Syariah.
7	Fandi Ahmad Mutaqien1, Suaibatul Aslamiyah, (2024)	Adopsi fintech oleh bank akan meningkatkan pembatasan pertumbuhan bank dan memungkinkan mereka membuat lompatan besar ke dalam industri layanan pembayaran digital
8	Nadira Ochell Andrea1; Mochamad Yudha Febrianta, (2024)	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa <i>expectation confirmation, perceived performance, customization, communication quality</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>user satisfaction</i> , di samping itu <i>corporate reputation</i> dan <i>user satisfaction</i> juga mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap <i>acceptance of AI enabled banking</i>
9	Resalia1 , Heni Nurmayana Soleha, Alya Bahira, Rudi Sanjaya, (2024)	Artificial Intelligence memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi dan keakuratan dalam pembuatan laporan keuangan.
10	Fadhila Meliyanti1, Ratu Habibah, Puput Febrianty, Rasidah Novita Sari. (2023)	Teknologi keuangan (fintech) juga berperan penting dalam meningkatkan efisiensi jumlah uang yang beredar di Indonesia. Penggunaan Teknologi dalam Teknologi Keuangan meningkatkan layanan keuangan dan meningkatkan kenyamanan Kepada masyarakat. Teknologi keuangan memiliki banyak manfaat, Efek samping potensial lainnya meliputi: meningkatnya biaya layanan keuangan dan ketergantungan pada teknologi

Berdasarkan tabel diatas, manfaat penggunaan atificial intelligence pada fintec payment dalam meningkatkan kinerja keuangan pada industri perbankan adalah sebagai berikut:

1. *Artificial Intelligence* dalam *Fintech Payment* mendorong peningkatan pendapatan melalui peningkatan personalisasi layanan kepada pelanggan dan karyawan dengan biaya yang lebih rendah karena sistem otomasi, kurangnya tingkat kesalahan manusia, dan pemanfaatan sumber daya yang ada dengan baik.
2. *Artificial Fintech Payment* dalam *Fintech Payment* dapat meningkatkan kemampuan untuk mencapai hasil yang luar biasa dalam hal meningkatkan laba. Kecerdasan buatan dapat meningkatkan kemampuan untuk mencapai hasil yang luar biasa dalam hal peningkatan laba.

3. *Artificial Intelligence* dalam *Financial Technology* mempunyai pengaruh positif terhadap CAR yang berarti akan meningkatkan perlindungan modal dan kemudahan dalam bank menghimpun dana dari nasabah.

Tabel 2 Faktor Pendorong Penggunaan *Artifical Intelligence* dalam *Fintech Payment* pada Kinerja Keuangan di Perbankan

No	Penulis	Temuan
1	Abdullah & Almaqtari (2024)	Pemanfaatan kemajuan AI, analisis big data, komputasi awan, dan pembelajaran mendalam meningkatkan praktik akuntansi dan audit. Teknologi AI membantu bisnis meningkatkan efisiensi, akurasi, dan kemampuan pengambilan keputusan, untuk menghasilkan pelaporan keuangan dan proses audit yang lebih baik
2	Erwin Yulianto, Teguh Murdianto, Al-Amin, (2024)	AI diidentifikasi sebagai solusi canggih yang mampu mengubah cara organisasi mengelola arsip dan dokumen, serta menghadirkan peluang baru dalam mengatasi tantangan manajerial yang ada
3	Taufik Tri Hidayat; Wawan Helmawan; Wahid Nurul Iman) dan Taswanda Taryo), (2023)	Saat perusahaan berusaha untuk mengintegrasikan Smart Technology, Artificial Intelligence, Robotics, And Algorithms (STARA) guna mencapai efisiensi, efektivitas, dan kelangsungan hidup, sangat mungkin bahwa STARA pada akhirnya dapat mengantikan pekerja di industri perbankan

Berikut adalah beberapa faktor pendorong penggunaan *Artificial Intelligence* pada *Fintech Payment* dalam kinerja keuangan perbankan sebagai berikut:

1. Peningkatan Efisiensi Operasional

AI dapat mengotomatisasi berbagai proses dalam sistem pembayaran fintech payment mengurangi beban kerja manual, dan meminimalkan kesalahan manusia. Penggunaan algoritma AI untuk memproses transaksi secara cepat dan akurat meningkatkan efisiensi operasional, yang pada akhirnya mengurangi biaya operasional bank.

2. Peningkatan Keamanan Transaksi

Keamanan adalah aspek utama dalam sistem pembayaran. AI, khususnya melalui *machine learning* dan *deep learning*, dapat mendeteksi pola transaksi yang mencurigakan atau anomali dengan sangat cepat. Algoritma AI dapat memprediksi dan mencegah potensi penipuan atau serangan siber, yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan nasabah dan meningkatkan keamanan transaksi.

3. Peningkatan Pengalaman Pengguna

AI digunakan untuk mempersonalisasi layanan dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Misalnya, melalui chatbot berbasis AI atau asisten virtual yang dapat membantu nasabah melakukan transaksi, memperoleh informasi rekening, atau memberikan rekomendasi produk berdasarkan perilaku transaksi sebelumnya. Pengalaman pengguna yang lebih baik cenderung meningkatkan loyalitas dan retensi nasabah, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan pendapatan bank.

4. Analisis Data dan Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik

AI memungkinkan bank untuk menganalisis jumlah data yang sangat besar dalam waktu yang singkat. Data transaksi dan perilaku pengguna yang dianalisis dengan bantuan AI dapat memberikan wawasan berharga terkait dengan preferensi nasabah, pola pembayaran, dan tren pasar. Ini membantu bank dalam membuat keputusan yang lebih tepat dalam hal penawaran produk, manajemen risiko, dan perencanaan strategi bisnis.

5. Pengurangan Risiko Kredit dan Peningkatan Layanan Pinjaman

AI dapat digunakan untuk meningkatkan proses penilaian kredit dengan menganalisis data lebih mendalam (seperti riwayat transaksi, perilaku finansial, dan data eksternal

lainnya). Dengan kemampuan AI untuk memproses data dalam jumlah besar dan mengidentifikasi pola, fintech payment dan bank dapat memberikan keputusan kredit yang lebih akurat dan mengurangi risiko default.

6. Pemrosesan Pembayaran yang Cepat dan Fleksibel

AI memungkinkan pemrosesan transaksi yang lebih cepat dan efisien. Di sektor pembayaran fintech, semakin cepat transaksi dapat diproses, semakin baik bagi nasabah dan bagi bank dalam hal kepuasan pelanggan dan pengelolaan likuiditas. AI juga memungkinkan untuk pembayaran internasional yang lebih cepat dan lebih murah, tanpa perlu bergantung pada perantara yang sering memperlambat atau menambah biaya transaksi.

Tabel 3 Tantangan yang Dihadapi dalam Penggunaan *Artificial Intelligence* pada *Fintech Payment* di Perbankan dalam Peningkatan Kinerja Keuangan

No	Penulis	Temuan
1	Rizki Listyono Putro, Titi Rapini , Umi Farida, (2024)	Penerapan <i>Artificial Intelligence</i> dalam industry perbankan membawa berbagai kemudahan dan manfaat untuk nasabah, mulai dari peningkatan layanan nasabah hingga pengelolaan risiko yang lebih baik. Kedepannya, penerapan AI akan terus berkembang, mengarah pada digitalisasi yang lebih cepat dan mudah, serta perubahan dalam cara bank memberikan layanan kepada nasabah. Untuk itu, penting bagi bank untuk terus berinovasi dan memastikan bahwa implementasi AI dilakukan dengan memperhatikan aspek keamanan, etika dan transparansi
2	Nur Fazri Tsakila1, M. Arya Wirahadi, Azwar Alif Fadilah, Henri Simanjuntak , Farahdinny Siswajanty, (2024)	Dampak <i>fintech</i> terhadap kinerja keuangan perbankan bersifat multidimensi, dengan potensi peningkatan profitabilitas jangka panjang melalui efisiensi operasional dan perlusasan basis nasabah, meskipun mungkin terjadi penurunan profitabilitas jangka pendek akibat investasi teknologi yang signifikan. Kolaborasi antara bank dan fintech menjadi strategi yang semakin populer, memungkinkan kedua pihak untuk saling melengkapi dan menciptakan nilai tambah bagi nasabah. Sinergi antara perbankan dan fintech berperan penting dalam menciptakan ekosistem keuangan yang lebih inklusif, efisien, dan inovatif di era ekonomi digital
3	Nadira Ochell Andrea; Mochamad Yudha Febrianta, (2024)	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa <i>expectation confirmation</i> , <i>perceived performance</i> , <i>customization</i> , <i>communication quality</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>user satisfaction</i> , di samping itu <i>corporate reputation</i> dan <i>user satisfaction</i> juga mempengaruhi secara signifikan dan positif terhadap <i>acceptance of AI enabled banking</i>
4	Hilda, Girang Permata Gusti, (2024)	Sektor <i>fintech lending</i> mengalami pertumbuhan yang positif dan <i>e-commerce</i> tetap menjadi pilar penting dalam ekonomi digital Indonesia
5	Eka Julianti Efris Saputri, Aditya Pradana, Rian Fitra Apriandi, Haviz Taufik	Perbandingan <i>Capital Adequacy Ratio</i> (CAR) dan <i>Operational Efficiency Ratio</i> (BOPO) antara sebelum dan sesudah penerapan <i>fintech</i> menunjukkan adanya perbedaan yang berarti CAR dan BOPO berpengaruh dengan hadirnya <i>fintech</i> . Ditinjau dari rasio keuangan bank dan menggunakan uji sampel berpasangan membuktikan terdapat perbedaan rata-rata CAR, LDR, NIM, dan ROA yang signifikan pada kelompok Bank Pembangunan Daerah (BPD) <i>Return on Asset</i> (ROA), sedangkan NPL hanya berpengaruh pada kelompok Bank Swasta Nasional setelah pengesahan regulasi <i>fintech</i> , dan BOPO berpengaruh pada seluruh seluruh kelompok bank setelah pengesahan regulasi <i>fintech</i> .
6	Alfonsa Dian Sumarna, (2022)	Perkembangan <i>fintech</i> yang cukup signifikan menjadikan industri keuangan "dipaksa" untuk beradaptasi menerapkan <i>fintech</i> pada proses bisnis, tata kelola dan juga tidak lepas pada pihak regulator. Lembaga keuangan harus memastikan terlebih dahulu bahwa proses bisnis mereka relevan dengan situasi pandemi dimana pengembangan digitalisasi <i>fintech</i> yang dikembangkan bersifat personal bagi setiap kebutuhan nasabah

Berikut adalah beberapa tantangan yang dihadapi dalam penggunaan *Artificial Intelligence* pada *Fintech Payment* di perbankan dalam peningkatan kinerja keuangan:

1. Penggunaan AI di *fintech payment* mengharuskan pengumpulan dan pemrosesan data besar (*big data*), termasuk data pribadi dan transaksi finansial yang sensitif. Hal ini meningkatkan risiko kebocoran data dan potensi serangan siber.
2. Industri perbankan diatur dengan ketat oleh berbagai peraturan yang sering kali berbeda antar negara. AI yang digunakan dalam *fintech payment* harus mematuhi peraturan yang ada, termasuk yang berkaitan dengan anti pencucian uang (AML), pendanaan terorisme (CFT), dan perlindungan data (GDPR, dll.)

3. Keberhasilan AI sangat bergantung pada kualitas data yang digunakan. Data yang tidak akurat, tidak lengkap, atau bias dapat mengarah pada keputusan yang salah, misalnya dalam proses analitik kredit atau *fraud detection*.
4. Meskipun AI dapat meningkatkan kinerja keuangan, biaya awal untuk pengembangan dan implementasi solusi AI, serta biaya pemeliharaan dan pembaruan model, bisa sangat tinggi
5. AI dapat mengandung bias yang tidak sengaja dimasukkan melalui data pelatihan yang tidak representatif. Ini bisa berdampak pada keputusan penting seperti pemberian kredit atau deteksi penipuan

4. KESIMPULAN

Penulis dalam penelitian analisis dampak implementasi *artificial intelligence* dalam *financial technology payment (fintec payment)* terhadap Kinerja Keuangan Perbankan di Indonesia berkesimpulan sebagai berikut:

1. Efisiensi Operasional
Fintech payment dengan dukungan AI dapat otomatisasi berbagai proses dalam transaksi keuangan, yang sebelumnya memerlukan tenaga manusia. Dengan demikian, banyak tugas yang terkait dengan verifikasi, pemrosesan, dan pelaporan dapat diselesaikan lebih cepat dan dengan biaya yang lebih rendah. Misalnya, penggunaan fintec payment untuk melayani nasabah, mengurangi beban kerja customer service dan meningkatkan waktu respons.
2. Keamanan Transaksi yang Lebih Baik
AI memainkan peran besar dalam meningkatkan keamanan transaksi digital. Dengan menggunakan machine learning dan algoritma fraud detection, fintech payment dapat mendeteksi pola transaksi yang mencurigakan atau tidak biasa secara real-time. Ini memungkinkan bank untuk melakukan tindakan preventif dan mengurangi risiko penipuan.
3. Pengelolaan Likuiditas yang Lebih Efisien
Dengan fintech payment, bank dapat memanfaatkan data transaksi yang lebih real-time untuk menganalisis aliran kas (cash flow) dan pergerakan dana nasabah. Algoritma AI dapat memberikan prediksi lebih akurat tentang kebutuhan likuiditas dan tren pasar, membantu bank mengelola cadangan kas dengan lebih efisien.
4. Pengurangan Pembayaran yang Tidak Efisien
Fintech payment memberikan sistem pembayaran yang lebih efisien, seperti pembayaran menggunakan QR code, transfer antar bank, atau dompet digital. Ini mengurangi kebutuhan akan pembayaran berbasis tunai yang lebih mahal dalam pemrosesannya

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka saran atau rekomendasi yang dapat diberikan adalah dapat dipergunakannya teknologi lain sebagai variabel penelitian seperti *cloud computing*, *internet of thinks*, *big data*, dan *block chain* di perbankan untuk melihat pengaruhnya terhadap kinerja keuangan. Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan menggunakan populasi lain selain *fintech payment* misalnya sektor tertentu seperti manufaktur, dan sektor lainnya yang menggunakan teknologi dalam operasionalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ghozi Darmawan, *et al.* (2023, Desember). Financial Technology dan Masa Depan Model Transaksi Keuangan Global. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(2)
- Alfonsa Dian Sumarna. (2022, 1 Februari). Financial Technology sebagai Solusi dan Resolusi New Normal pada Industri Jasa Keuangan. *Jurnal Pro Bisnis*, 15(1).
- Alyzza Lintang Prameswari, *et al.* (2024). Pengaruh Financial Technology terhadap Kinerja Bank dan Stabilitas Keuangan Bank di Indonesia (Tersedia di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023).13(4), 1-15, dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>

- Amelia Putri, *et al.* (2024, Desember). Pengaruh Financial Technology, Struktur Modal dan Kualitas Aset Terhadap Profitabilitas (Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Periode 2016-2023). *TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*. 2(3)
- Andrew Ridow Johanis, *et al.* (2023). Mengoptimalkan Pengambilan Keputusan Keuangan Dengan Teknologi Cerdas. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(3)
- Devindya Citra Prameisti Putri, *et al.* (2024, November). Peran Teknologi Finansial FinTech dalam Mengubah Layanan Perbankan Tradisional. 2(4) dari <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/index>
- Eka Julianti Efris Saputri, *et al.* (2024, 9 Februari). The Impact of Financial Technology on Bank Financial Performance. 4(9), 607-612 Website <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/tin>, DOI 10.47065/tin.v4i9.4662
- Fadi Shehab Shiyyab, *et al.* (2023, 14 September). The Impact of Artificial Intelligence Disclosure on Financial Performance. *Journal of Financial Studies* 11: 115. <https://doi.org/10.3390/ijfs11030115>
- Fadhiba Meliyanti, *et al.* (2023, 2 Desember). Peran Teknologi Finansial dalam Meningkatkan Efisiensi Jumlah Uang Beredar di Indonesia. 1(2). DOI: <https://doi.org/10.59581/manivest.v1i4.62>
- Femila Brina Safira, *et al.* (2021, September). Pengaruh Adopsi Inovasi Teknologi E-Banking Terhadap Kinerja dengan Dimoderasi Pengendalian. 16(2). <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- Hilda, *et al.* (2024). Transformasi Industri Keuangan dan Perdagangan melalui Fintech dan Ecommerce : Studi Analisis Dampak dan Tantangan. 9(1). Journal homepage: <https://jurnal.stiepontianak.ac.id/index.php/jes>
- Muhammad Raihan, *et al.* (2024, Juli). Analisis Dampak Perkembangan Teknologi AI Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Bank Syariah (Studi Kasus Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Ringroad. 7(2). DOI : <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.17>
- Nadira Ochell Andrea, *et al.* (2024). Pengaruh Artificial Intelligence terhadap Acceptance of AI Enabled Banking : Studi Kasus pada Livin' by Mandiri. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*. 8(3)
- Nur Fazri Tsakila, *et al.* (2024). Analisis Dampak Fintech terhadap Kinerja dan Inovasi Perbankan di Era Ekonomi Digital. 1(4), 1-11. DOI: <https://journal.pubmedia.id/index.php/lawjustice>
- Nurul Ilahi. (2024, November). Penerapan Artificial Intelligence sebagai Inovasi di Era Disrupsi dalam Mengurangi Resiko Keuangan. 3(1). DOI: 10.35905/moneta.v3i1.10145. <https://ejurnal.ianpare.ac.id/index.php/Moneta>
- Raihan Saputra, *et al.* (2023, April-Juni). Analisis Penerapan Artificial Intelligence terhadap Produktivitas Perusahaan Media Informasi. 1(2). <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Yunia Oktari, *et al.* (2022, Desember). Pengaruh Financial Tecnology (Fintech) Terhadap Kinerja Perbankan Badan Usaha Milik Negara periode 2012 – 2019. 1(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/rubin>

Penerapan Teknologi Berbasis Sistem Informasi terhadap Penggunaan Transaksi Pembayaran QRIS dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional

Shella¹, Elisa², Epehulisa Br Ginting³, Everlin⁴, Nisperiani Halawa⁵, Shelia⁶,
Zona Kharisma Sinta⁷

STIE Pembangunan Tanjungpinang ¹celatan01@gmail.com

² sekretariat@stie-pembangunan.ac.id

³epehulisabrginting@gmail.com

⁴everlin77@gmail.com

⁵nisperianihl@gmail.com

⁶shelia99@gmail.com

⁷kharismasinta@gmail.com

Abstrak— This study aims to analyze the opportunities and challenges in implementing QRIS as a digital payment method for MSMEs in Tepi Laut Tanjungpinang. With the increasing trend of cashless transactions, this research explores the benefits, obstacles, and optimization strategies for QRIS adoption among small and medium enterprises. The research method used is a qualitative approach through direct observation and interviews with several MSMEs that have adopted QRIS, such as Pisang Kembung Viral, Es Jeruk Kiamboy, MK Dimsum, Teh Tarik Malaysia Brother, and Corndog Tarik Lumer. The phenomenon underlying this research is the rising adoption of digital payments among MSMEs, which still faces various challenges, such as customer preference for cash and technical transaction issues. The findings indicate that QRIS offers multiple benefits for MSMEs, particularly in enhancing operational efficiency, speeding up transactions, and facilitating financial record-keeping. However, challenges persist, including technical constraints and administrative fees that may reduce business profits. The conclusion of this study highlights the importance of customer education, selecting QRIS service providers with lower administrative costs, and improving infrastructure to ensure smooth digital transactions. As recommendations, MSMEs are encouraged to actively promote QRIS usage among customers, collaborate with digital financial service providers, and leverage social media to expand cashless transactions.

Keywords: QRIS, MSMEs, Digital Payment, Operational Efficiency, Optimization Strategy

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) saat ini dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang yang rumit. Dengan kontribusi lebih dari enam puluh persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyediakan sekitar sembilan puluh tujuh persen lapangan pekerjaan di sektor informal, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia (Cahyono & Suarantalla, 2024). Kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk bertahan dan berkembang masih dievaluasi oleh berbagai faktor internal dan eksternal (Simangunsong, 2022). Pandemi yang disebabkan oleh COVID-19 telah menunjukkan betapa rentannya sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap guncangan ekonomi. Terjadi penurunan pendapatan yang signifikan bagi sejumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai akibat dari pembatasan kegiatan, gangguan pola konsumsi, dan masalah rantai pasokan (Ridwansyah *et al.*, 2022). Meskipun sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah pulih, kesulitan mempertahankan perusahaan mereka masih cukup besar, terutama mengingat perubahan pasar digital yang terus meluas (Novitasari, 2022). Akses terhadap teknologi dan digitalisasi sangat penting; namun, lebih dari tujuh puluh persen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia masih beroperasi secara tradisional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal (Cahyono & Suarantalla, 2024).

Teknologi merupakan hasil dari penerapan ilmu pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari yang bertujuan untuk mempermudah berbagai aktivitas manusia, termasuk dalam dunia bisnis (Cholik, 2021). Dalam operasional usaha, teknologi memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi kesalahan manusia, serta mempercepat berbagai proses yang sebelumnya dilakukan secara manual (Panjaitan & Firdaus, 2024). Salah satu aspek bisnis yang mengalami

perkembangan pesat berkat teknologi adalah sistem pembayaran. Digitalisasi sistem pembayaran memungkinkan transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan aman, sehingga membantu pelaku usaha dalam memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan (Cahyati, Fauzi, Hasanuddin, Zuhri, & Hibatullah, 2024). Dengan kemajuan teknologi, berbagai inovasi dalam sistem pembayaran telah diterapkan, salah satunya melalui penggunaan metode pembayaran berbasis QR Code yang semakin populer di kalangan pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Sistem informasi merupakan suatu kombinasi antara perangkat keras, perangkat lunak, manusia, prosedur, dan data yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, memproses, serta menyebarkan informasi guna mendukung berbagai kegiatan bisnis (Niesa, Aponno, Palyama, & Tamtelahitu, 2025). Dalam dunia usaha, penerapan sistem informasi memungkinkan pelaku bisnis untuk mengelola data transaksi, stok barang, hingga preferensi pelanggan secara lebih terstruktur dan efisien. Dengan adanya sistem informasi, pengambilan keputusan dalam bisnis dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat berdasarkan data yang tersedia (Syahputra *et al.*, 2022). Selain itu, sistem informasi juga membantu meningkatkan transparansi serta akuntabilitas dalam operasional usaha, sehingga menciptakan efisiensi dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu bentuk implementasi sistem informasi dalam dunia bisnis yang semakin berkembang adalah penggunaan teknologi pembayaran digital seperti QRIS, yang menjadi standar nasional dalam transaksi berbasis QR Code di Indonesia.

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan sistem pembayaran digital yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dengan tujuan menyatukan berbagai metode pembayaran berbasis QR Code dalam satu standar nasional (Farhan & Shifa, 2023). Dengan QRIS, transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat, praktis, dan aman tanpa memerlukan uang tunai, sehingga sangat cocok bagi UMKM yang ingin meningkatkan efisiensi operasional mereka (Puspitaningrum *et al.*, 2023). Pelanggan hanya perlu memindai kode QR menggunakan aplikasi pembayaran digital yang kompatibel untuk menyelesaikan transaksi, tanpa harus menggunakan uang tunai atau kartu debit/kredit (Kusdiana & Zanra, 2024). Selain mempercepat proses pembayaran, penggunaan QRIS juga membantu pelaku usaha dalam pencatatan transaksi secara otomatis, mengurangi risiko kesalahan dalam pengelolaan keuangan, serta memperluas akses pasar dengan mendukung berbagai aplikasi pembayaran digital yang ada di Indonesia (Muslimawati, 2024).

Dalam penerapan teknologi berbasis sistem informasi di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang, fenomena yang terlihat adalah bahwa sebagian besar pelaku usaha kecil dan menengah sudah mengenal sistem pembayaran QRIS. Namun, adopsinya masih belum dilakukan secara optimal. Beberapa UMKM telah menyediakan QRIS sebagai salah satu opsi pembayaran untuk pelanggan, tetapi dalam praktiknya, transaksi masih lebih banyak dilakukan secara tunai. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran akan teknologi pembayaran digital semakin meningkat, penggunaannya masih terbatas. Beberapa faktor yang memengaruhi rendahnya penggunaan QRIS adalah kebiasaan pelanggan yang masih terbiasa dengan uang tunai, kurangnya edukasi mengenai manfaat sistem pembayaran digital, serta minimnya dorongan dari pelaku usaha itu sendiri untuk mengajak pelanggan menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari (Saputra *et al.*, 2023).

Salah satu kendala utama dalam penerapan QRIS di UMKM adalah keterbatasan dalam penggunaan perangkat teknologi. Tidak semua pelaku UMKM memiliki *smartphone* yang mendukung aplikasi pembayaran digital atau memiliki pemahaman yang cukup tentang cara mengoperasikan sistem QRIS secara efektif. Beberapa di antaranya bahkan masih merasa ragu untuk beralih ke sistem digital karena adanya anggapan bahwa proses penggunaannya rumit dan membutuhkan waktu lebih lama dibandingkan dengan transaksi tunai. Selain itu, kurangnya infrastruktur pendukung seperti jaringan internet yang stabil juga menjadi faktor penghambat dalam adopsi teknologi ini. Jika jaringan internet di lokasi usaha tidak memadai, maka proses transaksi QRIS dapat terganggu, yang pada akhirnya membuat pelaku usaha enggan untuk menggunakannya.

Selain kendala teknis, faktor sosio-ekonomi juga berpengaruh terhadap adopsi QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang. Sebagian besar pelanggan UMKM di kawasan ini masih lebih nyaman menggunakan uang tunai karena alasan kemudahan dan kebiasaan. Banyak pelanggan yang berasal dari kalangan menengah ke bawah, yang belum sepenuhnya terbiasa dengan transaksi digital. Beberapa pelanggan mungkin juga tidak memiliki akses ke layanan perbankan atau dompet digital, yang menjadi syarat utama dalam menggunakan QRIS. Oleh karena itu, meskipun pelaku usaha sudah menyediakan sistem pembayaran QRIS, jika pelanggan tidak memiliki alat pembayaran yang sesuai, maka sistem ini tetap tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Di sisi lain, ada juga UMKM yang sudah menerapkan QRIS dengan baik dan merasakan manfaatnya dalam meningkatkan efisiensi operasional mereka. Beberapa pelaku usaha yang aktif menggunakan QRIS mengungkapkan bahwa sistem ini membantu mereka dalam mengelola keuangan bisnis secara lebih terstruktur. Dengan QRIS, transaksi dapat tercatat secara otomatis di aplikasi, sehingga pelaku usaha tidak perlu lagi melakukan pencatatan manual. Selain itu, penggunaan QRIS juga mengurangi risiko kehilangan uang tunai dan mempercepat proses transaksi, terutama saat bisnis sedang ramai pelanggan. Namun, UMKM yang berhasil mengadopsi QRIS secara optimal biasanya adalah mereka yang memiliki akses terhadap edukasi digital dan memahami cara memanfaatkan teknologi dalam bisnis mereka.

Penerapan teknologi berbasis sistem informasi dalam transaksi pembayaran QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang menjadi salah satu langkah strategis dalam meningkatkan efisiensi operasional bisnis. Namun, terdapat beberapa permasalahan yang perlu dikaji lebih dalam, seperti bagaimana penerapan teknologi berbasis sistem informasi dalam penggunaan transaksi pembayaran QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang, kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam menerapkan sistem pembayaran ini, serta solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui adopsi QRIS.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan teknologi berbasis sistem informasi dalam transaksi pembayaran QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran digital ini serta memberikan rekomendasi solusi guna meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui pemanfaatan QRIS secara optimal. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik mengenai implementasi teknologi dalam sistem pembayaran, diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan era digital.

Manfaat penelitian ini dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya adopsi teknologi dalam sistem pembayaran untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Sementara itu, bagi pemerintah dan regulator, penelitian ini dapat menjadi gambaran mengenai kendala serta tantangan dalam penerapan QRIS di UMKM sehingga dapat merumuskan kebijakan yang lebih mendukung digitalisasi transaksi. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna dalam kajian terkait digitalisasi UMKM dan sistem pembayaran berbasis teknologi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Sugiyono (2022) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen utama. Metode ini lebih menekankan pada makna daripada generalisasi dan bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam penerapan teknologi berbasis sistem informasi dalam transaksi pembayaran QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan lima pelaku usaha yang beroperasi di kawasan tersebut, yaitu Pisang Kembung Viral, Corndog Tarik Lumer, MK Dimsum & Teh Tarik Malaysia Brother, serta Es Jeuk Kiambat. Wawancara dilakukan secara langsung untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan mendalam mengenai pengalaman, kendala, serta persepsi para pelaku UMKM terhadap penggunaan QRIS dalam operasional bisnis mereka.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam wawancara berupa daftar pertanyaan terstruktur dan alat tulis untuk mencatat hasil wawancara. Setiap pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk menjelaskan pengalaman mereka dalam menerapkan pembayaran QRIS, termasuk manfaat yang dirasakan serta tantangan yang dihadapi. Data yang diperoleh dari wawancara kemudian disusun dan dianalisis secara sistematis untuk mendapatkan temuan yang relevan dengan tujuan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara

Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan lima pelaku UMKM yang berlokasi di Jalan Taman Tepi Laut, Jl. Hang Tuah, Tanjungpinang Kota, Kec. Tj. Pinang Kota, Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau, Indonesia. Wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 3 Maret 2025 pukul 16.00 WIB, yang merupakan waktu di mana sebagian besar UMKM mulai berjualan. Metode wawancara langsung ini memungkinkan pengumpulan data yang lebih akurat dan mendalam mengenai penggunaan teknologi berbasis sistem informasi dalam transaksi pembayaran, khususnya

penerapan QRIS, serta bagaimana sistem ini berdampak pada efisiensi operasional mereka. Dari wawancara ini, ditemukan berbagai perspektif terkait manfaat, tantangan, serta kebiasaan pelanggan dalam menggunakan pembayaran digital di area usaha mereka.

Pisang Kembung Viral

Pisang Kembung Viral merupakan salah satu UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang yang telah cukup dikenal, terutama karena promosi aktif melalui Instagram dengan akun @goosang_tnj. Berdasarkan hasil wawancara, pendapatan usaha ini bervariasi tergantung pada hari. Pada hari biasa, mereka mendapatkan pendapatan berkisar antara Rp300.000 hingga Rp500.000, sedangkan pada akhir pekan mengalami peningkatan signifikan mencapai Rp800.000 hingga Rp1.000.000. Ini menunjukkan bahwa faktor hari dan jumlah pengunjung berperan penting dalam tingkat penjualan. Selain itu, keberadaan media sosial juga memberikan dampak terhadap promosi, meskipun belum dimanfaatkan secara maksimal untuk pemesanan online.

Dari sisi penggunaan QRIS, Pisang Kembung Viral baru mulai menerapkan sistem ini pada Juli 2024. Meskipun demikian, mereka merasa bahwa penggunaan QRIS sangat membantu karena kini banyak pelanggan yang jarang membawa uang tunai. Namun, berdasarkan data wawancara, 70% transaksi masih menggunakan uang tunai, yang menunjukkan bahwa meskipun QRIS telah diterapkan, mayoritas pelanggan masih memilih metode pembayaran konvensional. Keuntungan yang dirasakan dari penggunaan QRIS adalah tidak adanya biaya administrasi pada QR BCA, sehingga seluruh pembayaran dapat langsung masuk ke rekening melalui mobile banking. Hal ini memberikan fleksibilitas bagi pelaku usaha dalam mengelola keuangan mereka tanpa perlu mengkhawatirkan potongan biaya transaksi.

Corndog Tarik Lumer

Corndog Tarik Lumer merupakan usaha yang baru berdiri sejak Januari 2025. Usaha ini memiliki penghasilan yang cukup stabil dengan kisaran Rp200.000 hingga Rp300.000 pada hari biasa, sementara saat akhir pekan, penghasilannya meningkat menjadi Rp500.000. Meskipun sudah aktif berjualan, UMKM ini belum menerima pesanan melalui media sosial, sehingga sebagian besar transaksi masih terjadi secara langsung di tempat usaha. Faktor keterbatasan pemanfaatan platform digital menjadi salah satu tantangan dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Instagram dengan akun @doyan_ngemiltpi menjadi sarana utama dalam mengenalkan produk, namun belum digunakan secara optimal untuk menerima pesanan pelanggan.

Dalam hal penerapan QRIS, pemilik usaha menganggap bahwa metode pembayaran ini cukup efektif, terutama karena lebih banyak digunakan oleh kalangan anak muda. Namun, serupa dengan UMKM lainnya, penggunaan uang tunai masih mendominasi transaksi harian mereka. Meskipun demikian, mereka merasa QRIS memberikan keuntungan karena tidak adanya biaya administrasi, sehingga tidak ada potongan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pembayaran digital semakin diminati, masih terdapat tantangan dalam mengubah kebiasaan pelanggan untuk beralih sepenuhnya ke sistem pembayaran non-tunai.

MK Dimsum

MK Dimsum merupakan salah satu UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang dengan penghasilan yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan usaha lainnya, yaitu berkisar Rp100.000 hingga Rp150.000 per hari. Usaha ini mengandalkan penjualan langsung di lokasi, dengan transaksi yang masih didominasi oleh pembayaran tunai. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya promosi dan keterlibatan dalam pemesanan online, yang berpotensi membatasi jumlah pelanggan. Akun Instagram @MK_DIMSUM telah digunakan sebagai sarana promosi, tetapi masih perlu dioptimalkan untuk meningkatkan daya tarik usaha mereka.

Dalam penerapan QRIS, MK Dimsum mengalami kesulitan karena mayoritas pelanggan mereka masih lebih memilih membayar dengan uang tunai. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi pembayaran digital dalam usaha kecil seperti ini masih memerlukan edukasi lebih lanjut agar pelanggan lebih nyaman menggunakan QRIS. Keberadaan QRIS sebenarnya dapat membantu dalam mempercepat transaksi dan mengurangi risiko uang tunai yang rentan terhadap kesalahan penghitungan. Namun, tanpa adanya dorongan yang cukup, baik dari pelanggan maupun pelaku usaha, peralihan ke pembayaran digital masih berjalan lambat.

Teh Tarik Malaysia Brother

Teh Tarik Malaysia Brother mulai beroperasi sejak Oktober 2024 dan berhasil meraih pendapatan yang cukup besar dibandingkan dengan UMKM lainnya. Pada hari biasa, penghasilan usaha ini mencapai Rp500.000, sementara pada akhir pekan dapat meningkat lebih dari Rp1.000.000. Meskipun memiliki potensi yang cukup baik, mereka belum aktif menerima pesanan melalui media sosial, yang menunjukkan bahwa sebagian besar transaksi masih bergantung pada pelanggan yang datang langsung ke tempat usaha. Akun Instagram @TEH_TARIK_BROTHER digunakan untuk

promosi, namun belum dimanfaatkan untuk layanan pemesanan atau interaksi yang lebih luas dengan pelanggan.

Dalam hal penggunaan QRIS, pemilik usaha merasa bahwa sistem ini masih kurang efektif karena pernah mengalami kasus transaksi yang gagal, di mana pembayaran Rp50.000 tidak masuk ke rekening. Selain itu, mereka juga mengeluhkan adanya potongan administrasi sebesar Rp2.500 untuk transaksi melalui QRIS BRI, yang dianggap sebagai biaya tambahan yang mengurangi keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun QRIS menawarkan kemudahan dalam transaksi, faktor keamanan dan potongan biaya masih menjadi perhatian utama bagi pelaku usaha dalam menentukan apakah mereka akan terus menggunakannya atau tidak.

Es Jeruk Kiamboy

Es Jeruk Kiamboy telah beroperasi selama hampir satu tahun, dengan pendapatan yang cukup stabil berdasarkan jumlah cup yang terjual per hari. Pada hari biasa, mereka mampu menjual 50 hingga 80 cup, sementara pada akhir pekan angka penjualan meningkat hingga 200 cup. Dengan harga jual per cup sebesar Rp10.000, maka estimasi pendapatan hari biasa berkisar Rp500.000 hingga Rp800.000, sementara saat akhir pekan bisa mencapai Rp2.000.000. Usaha ini juga menerima pesanan dalam jumlah besar untuk acara seperti pernikahan, meskipun mereka belum menerima pesanan melalui media sosial. Akun Instagram @esjerukkiamboy digunakan lebih sebagai sarana promosi, namun belum menjadi platform utama untuk transaksi.

Dalam penerapan QRIS, pemilik usaha merasa bahwa sistem ini cukup efektif, terutama pada akhir pekan di mana lebih banyak pelanggan menggunakan QRIS dibandingkan hari biasa. Salah satu keuntungan yang mereka rasakan adalah tidak adanya potongan administrasi, sehingga mereka bisa menerima pembayaran secara penuh tanpa biaya tambahan. Keberhasilan penggunaan QRIS dalam usaha ini menunjukkan bahwa faktor kepercayaan pelanggan dan pengalaman positif dalam bertransaksi memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana teknologi pembayaran digital dapat diterapkan secara luas di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang.

Pembahasan

Peluang Penggunaan QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang

Penerapan QRIS dalam transaksi pembayaran di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang menghadirkan peluang besar dalam meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Perkembangan teknologi keuangan dan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap pembayaran digital menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan QRIS. UMKM yang telah mengadopsi QRIS dapat memperluas jangkauan pasarnya, terutama di kalangan generasi muda yang lebih terbiasa dengan transaksi non-tunai. Dengan metode pembayaran yang lebih praktis ini, pelanggan dapat bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai, sehingga mengurangi hambatan dalam proses pembayaran. Contoh nyata dari keberhasilan ini dapat dilihat pada usaha seperti Pisang Kembung Viral dan Es Jeruk Kiamboy, yang mencatat peningkatan transaksi QRIS terutama pada akhir pekan saat jumlah pelanggan meningkat signifikan.

Selain mempermudah pelanggan, penggunaan QRIS juga dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan profesionalisme dalam operasional bisnis mereka. Dengan adanya sistem pembayaran digital, pelaku usaha dapat memberikan opsi pembayaran yang lebih beragam, menjadikan bisnis mereka lebih modern dan sesuai dengan tren pasar saat ini. Kemudahan dalam penerapan QRIS, yang hanya memerlukan kode QR tanpa perlu perangkat tambahan yang mahal, juga menjadi keunggulan bagi UMKM yang ingin beradaptasi dengan era digital. UMKM yang memanfaatkan QRIS juga dapat lebih mudah menjangkau pelanggan dari luar daerah, termasuk wisatawan yang lebih terbiasa dengan pembayaran digital, sehingga berpotensi meningkatkan volume penjualan.

Namun, meskipun peluang yang ditawarkan sangat besar, adopsi QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang masih menghadapi tantangan tertentu. Salah satu kendala utama adalah preferensi pelanggan yang masih cenderung menggunakan pembayaran tunai, seperti yang dialami oleh MK Dimsum. Beberapa pelanggan merasa lebih nyaman dengan uang tunai karena lebih berwujud dan tidak bergantung pada koneksi internet. Selain itu, kendala teknis seperti transaksi gagal atau biaya administrasi yang dikenakan oleh penyedia layanan QRIS juga menjadi hambatan yang membuat beberapa UMKM enggan sepenuhnya beralih ke metode pembayaran ini. Oleh karena itu, edukasi kepada pelanggan dan pemilihan penyedia layanan QRIS yang minim biaya administrasi menjadi langkah penting untuk memastikan keberhasilan implementasi sistem pembayaran digital ini.

Manfaat Penerapan QRIS bagi UMKM

Penggunaan QRIS memberikan berbagai manfaat bagi UMKM di Tepi Laut Tanjungpinang, terutama dalam aspek kemudahan transaksi dan pencatatan keuangan. Salah satu manfaat utama

yang dirasakan oleh pelaku usaha adalah meningkatnya keamanan transaksi. Dengan menggunakan QRIS, pemilik usaha tidak perlu lagi menyimpan atau mengelola uang tunai dalam jumlah besar, yang dapat mengurangi risiko kehilangan, pencurian, atau kesalahan dalam penghitungan uang kembalian. UMKM seperti Corndog Tarik Lumer dan Pisang Kembung Viral telah merasakan dampak positif dari penggunaan QRIS, di mana mereka tidak lagi direpotkan dengan penyediaan uang kecil untuk kembalian, serta lebih tenang dalam mengelola keuangan harian mereka.

Selain keamanan, penerapan QRIS juga mempermudah pencatatan transaksi secara otomatis, yang membantu UMKM dalam mengelola arus kas dengan lebih terstruktur. Dengan sistem digital, setiap transaksi yang dilakukan akan langsung tercatat dalam sistem perbankan atau dompet digital, sehingga pemilik usaha dapat dengan mudah melacak pemasukan tanpa harus mencatat transaksi secara manual. Hal ini sangat membantu dalam proses pembukuan dan evaluasi keuangan bisnis, terutama bagi UMKM yang ingin berkembang dan meningkatkan transparansi keuangan mereka. Terlebih lagi, dengan adanya beberapa penyedia QRIS yang menawarkan layanan tanpa biaya administrasi, seperti QR BCA, UMKM dapat menerima pembayaran tanpa mengalami pengurangan margin keuntungan.

Selain itu, QRIS juga memberikan keuntungan dalam aspek fleksibilitas dan kemudahan bagi pelanggan. Banyak pelanggan, terutama dari kalangan muda dan wisatawan, lebih memilih metode pembayaran digital karena dianggap lebih praktis dan cepat. Dengan adanya QRIS, pelanggan tidak perlu khawatir jika mereka tidak membawa uang tunai dalam jumlah cukup, sehingga dapat meningkatkan peluang transaksi bagi UMKM. Dari perspektif bisnis, hal ini memberikan nilai tambah bagi pelaku usaha dalam membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Dengan memanfaatkan QRIS secara optimal, UMKM dapat memperoleh manfaat yang lebih besar dalam hal kemudahan operasional, keamanan transaksi, serta peningkatan volume penjualan (Alifia *et al.*, 2024).

Efisiensi Operasional melalui Transaksi Digital

Efisiensi operasional menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan produktivitas UMKM, dan penggunaan QRIS berperan penting dalam mengoptimalkan proses transaksi. Salah satu manfaat utama yang dirasakan oleh UMKM adalah percepatan waktu transaksi. Dibandingkan dengan pembayaran tunai yang sering kali memerlukan proses penghitungan uang dan pengembalian kembalian, QRIS memungkinkan transaksi dilakukan dalam hitungan detik. Hal ini sangat bermanfaat bagi usaha dengan volume transaksi tinggi, seperti Es Jeruk Kiamboy, yang mengalami peningkatan jumlah pelanggan terutama pada akhir pekan. Dengan adanya sistem pembayaran digital, antrian dapat dipersingkat, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan membantu pelaku usaha melayani lebih banyak pelanggan dalam waktu yang lebih singkat.

Selain mempercepat transaksi, penggunaan QRIS juga mengurangi kebutuhan penyediaan uang kecil atau kembalian, yang sering kali menjadi kendala bagi UMKM. Banyak pelaku usaha di Tepi Laut Tanjungpinang, seperti MK Dimsum, menghadapi kesulitan dalam menyediakan uang kecil untuk kembalian pelanggan. Masalah ini sering kali menghambat kelancaran transaksi, terutama jika terjadi pada saat jam sibuk atau ketika persediaan uang kecil terbatas. Dengan QRIS, pembayaran dilakukan secara langsung ke rekening usaha tanpa memerlukan uang tunai, sehingga menghilangkan kendala terkait kembalian dan mempercepat arus transaksi.

Lebih dari itu, QRIS juga membantu UMKM dalam mengelola operasional bisnis dengan lebih baik. Dengan adanya sistem pencatatan otomatis, pemilik usaha tidak perlu repot melakukan pencatatan manual, yang sering kali memakan waktu dan berisiko terjadi kesalahan. Data transaksi yang terekam juga dapat digunakan sebagai dasar analisis dalam menyusun strategi bisnis, seperti menentukan produk yang paling laris atau menyesuaikan jam operasional berdasarkan volume transaksi.

Tantangan dalam Adopsi QRIS di UMKM

Meskipun menawarkan berbagai manfaat, penerapan QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang masih menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar penggunaannya lebih luas. Salah satu tantangan utama adalah kebiasaan pelanggan yang masih cenderung menggunakan uang tunai. Seperti yang terlihat dalam usaha MK Dimsum, sebagian besar pelanggan mereka masih belum terbiasa menggunakan QRIS, sehingga penggunaan metode ini belum menjadi pilihan utama dalam transaksi sehari-hari.

Selain itu, beberapa pelaku usaha juga menghadapi kendala teknis dalam penggunaan QRIS, seperti gangguan jaringan internet atau transaksi yang gagal diproses. Teh Tarik Malaysia Brother

mengalami masalah di mana transaksi yang dilakukan oleh pelanggan tidak masuk ke rekening, yang menimbulkan kekhawatiran mengenai keandalan sistem pembayaran digital ini. Ditambah dengan adanya potongan biaya transaksi pada beberapa bank, beberapa pelaku UMKM menjadi lebih berhati-hati dalam mengadopsi QRIS secara penuh.

Strategi Optimalisasi QRIS untuk UMKM

Agar penerapan QRIS lebih efektif di kalangan UMKM, diperlukan strategi optimalisasi yang mencakup edukasi pelanggan, promosi penggunaan QRIS, serta pemilihan layanan pembayaran yang tepat. Pelaku usaha dapat mengedukasi pelanggan mengenai manfaat QRIS, misalnya dengan menawarkan insentif seperti diskon kecil bagi pelanggan yang melakukan transaksi digital. Selain itu, mereka juga dapat lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial untuk menerima pesanan dan pembayaran digital, seperti yang telah dilakukan oleh Pisang Kembung Viral dan Es Jeruk Kiamboy, meskipun masih perlu dioptimalkan lebih lanjut.

Selain edukasi, UMKM juga perlu memilih penyedia layanan QRIS yang tidak membebankan biaya administrasi, agar mereka dapat menikmati keuntungan penuh dari setiap transaksi. Misalnya, beberapa pelaku usaha seperti Corndog Tarik Lumer merasa terbantu dengan penggunaan QRIS tanpa potongan, sehingga mereka tidak mengalami pengurangan keuntungan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan, terdapat beberapa kesimpulan utama terkait penerapan QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang:

1. Penggunaan QRIS memberikan peluang besar bagi UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi.
2. Meskipun menawarkan berbagai keuntungan, penerapan QRIS masih menghadapi beberapa tantangan, seperti kebiasaan pelanggan yang lebih memilih pembayaran tunai, kendala teknis seperti gangguan jaringan atau transaksi yang gagal, serta adanya potongan biaya administrasi yang mengurangi keuntungan UMKM.
3. Untuk meningkatkan efektivitas penggunaan QRIS di UMKM, dibutuhkan edukasi pelanggan mengenai keuntungan transaksi digital, pemilihan penyedia layanan QRIS dengan biaya administrasi yang lebih rendah, serta pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan pembayaran digital.

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan penggunaan QRIS di UMKM Tepi Laut Tanjungpinang adalah sebagai berikut:

1. UMKM perlu meningkatkan sosialisasi mengenai manfaat QRIS kepada pelanggan agar mereka lebih terbiasa dengan pembayaran digital. Ini dapat dilakukan melalui pemasangan informasi di gerai usaha, promosi di media sosial, atau memberikan insentif kecil bagi pelanggan yang menggunakan QRIS dalam transaksi mereka.
2. Pelaku usaha perlu memastikan koneksi internet yang stabil agar transaksi QRIS dapat berjalan lancar. Selain itu, memilih penyedia layanan QRIS yang menawarkan biaya administrasi rendah atau bahkan tanpa potongan dapat membantu meningkatkan keuntungan UMKM tanpa harus mengurangi pendapatan dari setiap transaksi.
3. UMKM dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah, perbankan, atau penyedia layanan keuangan digital untuk mendapatkan dukungan dalam penggunaan QRIS. Program pelatihan atau pendampingan terkait penggunaan QRIS juga dapat membantu pelaku usaha dalam mengoptimalkan manfaat dari sistem pembayaran digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah, H. (2024). Analisis penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 102–115.
- Cahyati, I., Fauzi, A., Hasanuddin, H., Zuhri, I., & Hibatullah, H. (2024). Penerapan Business Intelligence Dengan Artificial Intelligence Pada E-Commerce. *Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2741–2756. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i6.2904>
- Cahyono, T. D., & Suarantalla, R. (2024). Dampak Literasi Keuangan, Literasi digital dan Finansial Teknologi Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku UMKM Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmiah*

- Raflesia Akuntansi*, 10(2), 804–813.
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan teknologi informasi komunikasi/ICT dalam berbagai bidang. *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*, 2(2), 39–46.
- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan metode pembayaran QRIS pada setiap UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1198–1206.
- Kusdiana, Y., & Zanra, S. W. (2024). Penerapan e-payment Menggunakan QRIS Sebagai Inovasi untuk Mempermudah Transaksi Pada Talenta Cafe di Jalan Kasah. *Cahaya Pengabdian*, 1(1), 6–11.
- Muslimawati, M. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi QRIS Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai Untuk Mempermudah Transaksi Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Kecamatan Abepura, Kota Jayapura. *Journal Management And Business*, 2(1), 185–196.
- Niesa, C., Aponno, J. C., Palyama, D. G., & Tamtelahitu, T. M. (2025). *Sistem Informasi Manajemen*. Serasi Media Teknologi.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–204.
- Panjaitan, S. P., & Firdaus, R. (2024). Peran Sistem Informasi Akuntansi Dalam Mengoptimalkan Efisiensi Operasional Perusahaan. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(9), 5691–5696.
- Puspitaningrum, F., Kusumastuti, S. C., & Rimbawati, A. (2023). Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Jual Beli di Tengah Masyarakat UMKM Ketintang Surabaya. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, hal. 603–614).
- Ridwansyah, R., Supriyaningsih, O., & Amrina, D. H. (2022). Peran Pembiayaan Terhadap Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Pada Era Covid-19 di Provinsi Lampung. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(2), 546–556.
- Saputra, A. M. A., Kharisma, L. P. I., Rizal, A. A., Burhan, M. I., & Purnawati, N. W. (2023). *Teknologi Informasi: Peranan TI dalam berbagai bidang*. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.
- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *Jurnal ekonomi pembangunan*, 1(1).
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Syahputra, A., Wiranti, R., & Astita, W. A. W. (2022). Peran sistem informasi manajemen organisasi dalam pengambilan keputusan. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi (JMASIF)*, 1(1), 26–31.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Solok

¹Witra Maison, ²Rita Dwi Putri, ³Abdul Azis
Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok-¹witramaison.02@gmail.com
-²ritadwiputri02@gmail.com
-³abdulazis230617@gmail.com

Abstrak— *The aim of this research is to determine the effect of administrative sanctions, tax socialization, and service quality on motor vehicle taxpayer compliance. This type of research is quantitative research to determine the influence of Tax Knowledge (X1), Taxpayer Awareness (X2), Service Quality (X3), and Tax Sanctions (X4) on Motor Vehicle Taxpayer Compliance (Y). The population in this study were taxpayers registered at the Solok City SAMSAT Office in 2020-2023 and the sample in this study used the Slovin formula, namely 100 motor vehicle taxpayers. The test results show that Tax Knowledge influences Motor Vehicle Taxpayer Compliance because it has a calculated t value of $2.126 > t$ table 1.985 with a significance of $0.036 < 0.05$, Taxpayer Awareness influences Motor Vehicle Taxpayer Compliance because the calculated t value is $2.160 > t$ table 1.985 with a significance of $0.033 < 0.05$, quality Tax Services have no effect on Motor Vehicle Taxpayer Compliance because the t value is $1.462 < t$ table 1.985 with a significance of $0.147 > 0.05$, and Tax Sanctions have no effect on Motor Vehicle Taxpayer Compliance because the t value is $1.879 < t$ table 1.985 with a significance of $0.063 > 0.05$.*

Kata kunci: *Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang, terbukti dengan adanya perkembangan kemajuan pembangunan disegala bidang. Pembangunan nasional yang dilakukan mendorong pemerintah meningkatkan pendapatan negara dengan melakukan perubahan disegala bidang, salah satunya pada bidang ekonomi. Supaya pembangunan tersebut dapat berjalan dengan baik, maka dibutuhkan dana. Dana tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber baik dari dalam negeri maupun luar negeri, baik sector swasta maupun pemerintah. Salah satu sumber penerimaan pemerintah adalah bersumber dari sector pajak. Hal ini dikarenakan pajak merupakan salah satu sarana yang digunakan pemerintah untuk mencapai tujuan berupa sumber dana.

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 menyatakan bahwa pajak ialah kontribusi wajib kepada negara yang terhutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Penerimaan pajak merupakan satu pilar utama dalam peningkatan perekonomian dan peningkatan pembangunan suatu daerah. Pendapatan derah yang khususnya bersumber dari pajak harus ditingkatkan, supaya kemakmuran dari pemerintahan untuk daerah dapat terwujud. Hal ini bertujuan buat menunjang pelayanan yang diberikan pemerintah pada rakyat serta memaksimalkan pendapatan daerah melalui perpajakan. Penerimaan pajak menjadi suatu peran yang sangat penting bagi suatu daerah, di mana pajak berperan sebagai sumber penerimaan bagi suatu daerah tersebut. Oleh karena itu pemerintah daerah mengatur cara untuk meningkatkan penerimaan pajak. Salah satunya dengan melakukan reformasi pajak dengan tujuan agar sistem perpajakan di Indonesia, khususnya pajak daerah dapat mengalami penyederhanaan tarif pajak, penghasilan kena pajak, dan sistem pemungutan pajak.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah mendefinisikan bahwa pajak daerah merupakan pajak yang dikenakan oleh Pemerintah Daerah atas objek pajak yang berada di daerah tersebut. Salah satunya retribusi daerah ialah

pajak kendaraan bermotor, pajak kendaraan bermotor merupakan asal pendapatan yang digunakan untuk membiayai pembangunan kabupaten / kota. Di Kota Solok sendiri, pajak kendaraan bermotor memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan daerahnya. Oleh karena itu, pemungutan penerimaan pajak tersebut harus di optimalkan sebaik mungkin. Mengingat perkembangan dunia otomotif yang begitu pesat sehingga arus kendaraan bermotor juga akan cepat meningkat. Berikut ini dijelaskan mengenai perbandingan jumlah target dan realisasi penerimaan pendapatan daerah melalui pajak Kendaraan Bermotor di Kota Solok pada tahun 2020-2023.

Tabel 1
Jumlah Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Solok
Periode 2020-2023

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
2020	20.090.196.000	22.500.407.600
2021	22.097.700.000	23.586.606.300
2022	24.383.180.000	26.623.384.800
2023	26.589.623.450	25.403.965.750

Sumber: Kantor Samsat Kota Solok, 2024

Berdasarkan tabel 1 di atas, data perbandingan target dan realisasi membayar pajak kendaraan bermotor di kota solok masih fluktuatif. Hal ini dapat terjadi karena tahun 2020-2023 jumlah realisasi penerimaan pajak kendaraan bermotor di Kota Solok mengalami peningkatan atau mencapai target yang diinginkan oleh Kantor Samsat Kota Solok. Kemudian, di tahun 2023 mengalami penurunan. Oleh sebab itu, hal ini menandakan bahwa kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Kendaraan bermotor di Kota Solok masih rendah.

Adapun faktor-faktor yang menjadi penyebab dari rendahnya kepatuhan wajib pajak tersebut, yaitu karena pada tahun 2020 adanya krisis ekonomi yang akibat dari adanya pandemi covid-19 menyebabkan penerimaan pajak kendaraan bermotor menurun dari tahun sebelumnya hal ini dikarenakan wajib pajak mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, ada yang kehilangan pekerjaan, serta dipotong gajinya. Selanjutnya, pada tahun 2023 terjadi penurunan realisasi penerimaan pajak kendaraan bermotor terjadi karena adanya program pemutihan pajak kendaraan bermotor yang membuat wajib pajak menunda untuk melakukan pembayaran pajaknya karena akan adanya program pemutihan pajak kendaraan bermotor yang dapat menghapus pembayaran denda jika terlambat membayar pajak kendaraan bermotor. Program ini memungkinkan wajib pajak untuk membayar pajak kendaraan dengan biaya yang lebih rendah, sehingga mengurangi pendapatan pajak.

Kepatuhan wajib pajak merupakan sebuah kondisi ketika ketersediaan dari wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan dan menaati seluruh ketentuan serta aturan perpajakan yang berlaku sesuai Undang-undang Perpajakan yang dinilai dari keakuratan membayar, tarif pajak, sanksi yang diberikan, pelayanan yang baik, dan kesadaran serta pemahaman dari wajib pajak (Setyaningsih & Amelia, 2022). Kepatuhan wajib pajak merupakan hal yang penting karena akan berdampak pada penerimaan negara. Semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, maka semakin tinggi tingkat penerimaan negara, begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, maka semakin rendah tingkat penerimaan negara (Darmawan & Wirasedana, 2022). Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, yaitu pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi pajak.

Pengetahuan dan pemahaman yang kurang tentang pajak mengakibatkan kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayar pajak. Masyarakat kurang tertarik akan membayar pajak karena tidak adanya insentif atau timbal balik secara langsung dari negara untuk mereka. Amri & Syahfitri (2020) berpendapat bahwa pengetahuan pajak merupakan pemahaman wajib pajak mengenai hukum, undang-undang, tata cara perpajakan yang benar

yang berupa pengetahuan tentang fungsi pajak, prosedur pembayaran, pengetahuan sanksi pajak dan lokasi pembayaran pajak. Rahayu (2017) mengatakan bahwa kualitas pengetahuan pajak yang baik akan sangat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya, semakin tinggi tingkat pengetahuan dan pemahaman wajib pajak, maka semakin mudah pula bagi mereka untuk memahami peraturan perpajakannya. Rahmatika & Salim (2021) menyatakan bahwa yang harus diubah dalam pemikiran masyarakat ada beberapa hal, salah satunya prasangka buruk masyarakat. Prasangka buruk masyarakat terhadap petugas harus diubah menjadi prasangka yang baik, untuk mengubah hal tersebut tentu harus menciptakan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ayuni et al., (2023) menyimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor artinya semakin masyarakat tahu tentang perpajakan akan meningkatkan pengetahuannya dalam wajib pajak . Namun, hal berbeda di temukan oleh Widajantie et al., (2019) dalam penelitiannya yang menyimpulkan pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Setelah pengetahuan perpajakan setiap wajib pajak juga harus memiliki kesadaran akan kewajiban pajaknya. Kesadaran wajib pajak ialah sikap wajib pajak berbentuk opini maupun perkiraan berkaitan dengan kepercayaan, ilmu, dan analisis juga dorongan agar berlaku sesuai dengan dorongan yang disediakan oleh system dan aturan perpajakan yang berjalan (Agustin & Putra, 2019). Kesadaran dapat diartikan sebagai bagian di dalam tiap manusia agar menafsirkan realitas dan seperti apa mereka berlaku atau berperilaku kepada realitas (Malau et al., 2021). Kesadaran wajib pajak adalah wajib pajak atas kesadaran sendiri menunaikan tanggung jawab perpajakannya misalnya mendaftarkan diri, menjumlah, melunasi, dan melaporkan jumlah pajak terutangnya (Sista, 2019). Dalam membayar pajak masyarakat harus mempunyai kesadaran membayar pajak. Kesadaran wajib pajak merupakan sebuah itikad baik seseorang untuk memenuhi kewajiban membayar pajak berdasarkan hati nuraninya yang tulus dan ikhlas. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka pemahaman dan pelaksanaan kewajiban perpajakan semakin baik sehingga dapat meningkatkan kepatuhan (Awaloedin et al., 2021). Wajib pajak yang semakin sadar akan kepatuhan pada membayar pajak, akan membayar pajaknya tepat ketika. Semakin tinggi rasa pencerahan akan pentingnya membayar pajak, maka penerimaan pendapatan asal pemungutan pajak kendaraan bermotor diperlukan akan mengalami peningkatan serta sebaliknya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Widiastuti et al. (2024) menyimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang artinya semakin tingginya kesadaran wajib pajak maka semakin banyak yang mengetahui akan wajib pajak oleh seorang wajib pajak. Namun, hal berbeda ditemukan oleh Cindy & Yenni (2018) dalam penelitiannya yang menyimpulkan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Selanjutnya, faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah kualitas pelayanan yang di harapkan dapat meningkatkan kepuasan kepada wajib pajak sehingga wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan melaksanakan kewajibannya dalam membayar pajak. Kualitas pelayanan pajak terhadap wajib pajak juga sangat penting untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, hal ini didukung oleh penelitian Ridhawati et al. (2022), disebut bahwa untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan, kualitas pelayanan pajak harus ditingkatkan oleh aparat pajak. Pelayanan yang baik akan memberikan kenyamanan bagi wajib pajak. Keramahtamahan petugas pajak dan kemudahan dalam sistem informasi perpajakan termasuk dalam pelayanan perpajakan tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, Imam SE & Maulana (2022) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor artinya semakin tinggi Kualitas pelayanan pajak maka semakin tinggi pula kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak kendaraan bermotor. Namun hal berbeda di temukan Rismayanti (2021) dalam penelitiannya yang menyimpulkan kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

Selain kualitas pelayanan pajak diperlukan juga sanksi perpajakan. Karlina & Ethika (2020) menyatakan bahwa hukuman pajak adalah tindakan terhadap harus pajak ataupun

pejabat yang melakukan pelanggaran sehubungan menggunakan pajak baik sengaja juga karena alpa. Sanksi pajak adalah salah satu faktor penting untuk memberi pelajaran terhadap wajib pajak yang tidak patuh pada aturan-perpajakan. Sanksi pajak yang tidak tegas membuat masyarakat menjadi meremehkan aturan-perpajakan. Kondisi tersebut membuat wajib pajak berani untuk membayar pajak lima (5) tahun sekali atau tidak membayar pajak sama sekali (jenni cong & Sukrisno Agoes). Adanya pemberlakuan sanksi pajak ialah jaminan asal pemerintah atas penegakan peraturan perundang-undangan perpajakan. Hukuman perpajakan dijadikan alat pencegahan bagi harus pajak agar tetap mematuhi peraturan dan tak melanggar istiadat perpajakan. Pemahaman wajib pajak atas konsekuensi dari kelalaian pemenuhan kewajiban perlu ditekankan demi menaikkan kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ayuni et al. (2023) dan Widiastuti et al. (2024) menyimpulkan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang artinya semakin memahami sanksi pajak wajib pajak akan berusaha agar tidak kena sanksi pajak bagi wajib pajak. Namun, hal yang berbeda ditemukan oleh Sari (2022) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa sanksi pajak tidak berpengaruh dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Kamus Bahasa Indonesia (2008:1.377) menyebutkan bahwa pengetahuan berarti segala sesuatu yang diketahui; kepandaian: atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran). Apriliyani (2022) mengatakan bahwa pajak, yaitu peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas Negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplus-nya digunakan untuk public saving yang merupakan sumber utama untuk membiayai public investment. Jadi, kesimpulannya pengetahuan wajib pajak merupakan semua informasi yang dimiliki wajib pajak berkaitan dengan tata cara dan ketentuan perpajakan. Semakin tingginya pengetahuan wajib pajak maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak membayar pajak kendaraan bermotor (Karlina & Ethika, 2021). Berdasarkan hasil penelitian Ayuni et al. (2023) dan Apriliyani (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil Widajantie et al., (2019) dan Wardani & Rumiyatun (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

H1: Pengetahuan Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Kesadaran wajib pajak adalah kondisi di mana wajib pajak mengetahui, mengakui, mengerti dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Dengan adanya kesadaran wajib pajak diharapkan wajib pajak dapat menyadari dan memahami tentang pentingnya peran perpajakan, tetapi hal ini belum dapat meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Maka dari itu, wajib pajak benar-benar harus menyadari akan ketentuan perpajakan dengan baik agar tidak terjadi pelanggaran peraturan Undang-undang perpajakan. Berdasarkan hasil penelitian Karlina & Ethika (2021) dan Hidayat, Imam SE & Maulana (2022) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil penelitian Agustin & Putra (2019) dan Eman Hormati et al (2021) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

H2: Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib pajak Kendaraan Bermotor.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Kualitas atau biasa yang disebut dengan mutu merupakan taraf, derajat atau tingkat baik maupun buruknya sesuatu. Sedangkan pelayanan adalah menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang. Kualitas pelayanan kantor perpajakan akan memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajaknya. Jika pelayanan yang diberikan oleh pihak kantor perpajakan baik, akan membuat para wajib pajak merasa nyaman dan akan membuat kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajaknya meningkat. Berdasarkan hasil penelitian Eman Hormati et al. (2021) dan Setyaningrum & Ardini (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil penelitian Hartopo et al., (2020) dan Apriliyani (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

H3: Kualitas Pelayanan Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib pajak Kendaraan Bermotor.

Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Sanksi adalah hukuman yang diberikan kepada para pelanggar peraturan, dan Denda adalah hukuman yang diberikan dengan membayar uang karena melanggar peraturan dan hukum yang berlaku, sehingga dapat dikatakan bahwa sanksi denda adalah hukuman yang negatif kepada orang yang melanggar peraturan dengan cara membayar uang. AR et al. (2019) menjelaskan bahwa sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi. Berdasarkan hasil penelitian Ayuni et al. (2023) dan Apriliyani (2022) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil penelitian Safina Fatmawati (2022) dan Komala (2023) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

H4: Sanksi Perpajakan Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib pajak Kendaraan Bermotor.

2. METODE

Studi ini menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak kendaraan bermotor khusus roda 2 dan 4 yang terdaftar di kantor SAMSAT Kota Solok pada tahun 2023, yaitu sebanyak 36.178 Wajib Pajak (Sumber: Kantor Samsat Kota Solok). Dari populasi yang ada diambil sampel perwakilan dengan teknik slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{36178}{1 + 36178 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{36178}{362,78} \quad n = 99,78 \text{ (dibulatkan keatas menjadi 100)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 100 orang dari seluruh total Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara, menjawab kuesioner, wawancara mendalam atau diskusi fokus grup (Sudaryana & Agusiyadi, 2022:5). Sumber data pada penelitian menggunakan kuesioner yang diambil langsung dari responden.

Variabel Penelitian terdiri dari Variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepatuhan Wajib Pajak, variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib pajak, Kualitas Pelayanan Pajak dan Sanksi Perpajakan. Berikut adalah gambaran penggunaan variable yang dihitung dengan Skala Likert yang menggunakan score points dari 1 sampai 5. Adapun definis operasional dan pengukuran variabel disajikan pada table 1 berikut:

Tabel 2
Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	SKALA
Pengetahuan Perpajakan (X1)	Pengetahuan wajib pajak merupakan semua informasi yang dimiliki wajib pajak berkaitan dengan tata cara dan ketentuan perpajakan (Karolina & Ethika, 2021)	1. Pengetahuan wajib pajak terhadap fungsi pajak. 2. Pengetahuan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan. 3. Pengetahuan wajib pajak terhadap prosedur perhitungan pajak yang dibayar. 4. Pengetahuan wajib pajak terhadap pendaftaran sebagai wajib pajak 5. Pengetahuan wajib pajak terhadap mekanisme pembayaran. (Ernita & Harahap, 2023)	Likert Skala 1-5
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	Pengetahuan wajib pajak merupakan pemahaman wajib pajak tentang perpajakan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang menimbulkan adanya kesadaran wajib pajak dan meningkatkan nilai kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. (Sari, 2022).	1. Mengetahui adanya undang-undang dan ketentuan perpajakan. 2. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus terlaksana sesuai dengan ketentuan yang berlaku 3. Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan sukarela. 4. Mengetahui manfaat dari membayar pajak. 5. Mengetahui fungsi pajak. Hidayat, Imam SE & Maulana (2022)	Likert Skala 1-5
Kualitas Pelayanan Pajak (X3)	Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan oleh instansi pajak dengan sistem administrasi yang efektif sehingga wajib pajak rela untuk membayar pajak kepada negara, tanpa mengharap kontrapretasi secara langsung (Setyaningrum & Ardini, 2023).	1. Keandalan (<i>reability</i>) 2. Ketangggapan (<i>responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>assurance</i>) 4. Empaty (<i>emphaty</i>) 5. Bukti Langsung (<i>tangible</i>) (Ringan, 2023)	Likert Skala 1-5
Sanksi Perpajakan (X4)	Sanksi pajak adalah jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti dan/atau dipatuhi, dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Karolina & Ethika, 2020)	1. Pengenaan sanksi yang berat untuk mendidik wajib pajak. 2. Sanksi pajak harus tegas tanpa toleransi. 3. Sanksi pajak harus sesuai dengan besar kecilnya pelanggaran. 4. Penerapan sanksi harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku. (Barlan et al., 2021)	Likert Skala 1-5
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kepatuhan wajib pajak adalah sebuah kondisi ketika ketersediaan dari wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan dan menaati seluruh ketentuan serta aturan perpajakan yang berlaku sesuai Undang-undang Perpajakan yang dinilai dari keakuratan membayar, tarif pajak, sanksi yang diberikan, pelayanan yang baik, dan kesadaran serta pemahaman dari wajib pajak (Setyaningsih & Amelia, 2022)	1. Memenuhi kewajiban pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku 2. Membayar pajaknya tepat pada waktunya 3. Wajib Pajak memenuhi persyaratan dalam membayarkan pajaknya 4. Wajib pajak dapat mengetahui jatuh tempo pembayaran (Widiastuti et al., 2024)	Likert Skala 1-5

Sumber: Penelitian Terdahulu

Teknik Analisis Data

Untuk melihat apakah variabel Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayana Pajak dan Sanksi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Untuk memudahkan penulis dalam mengelola dan menganalisis data, penulis dibantu oleh program komputer, yaitu The Social Sciences (SPSS) versi 22 for windows. Analisis regresi linear berganda merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu antara Pengetahuan Perpajakan (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), Kualitas Pelayana Pajak(X3) dan Sanksi Perpajakan(X4)

terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Persamaan model regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kepatuhan Wajib Pajak
 X_1 = Pengetahuan Perpajakan
 X_2 = kesadaran Wajib Pajak
 X_3 = Kualitas Pelayanan
 X_4 = Sanksi Perpajakan
 α = Nilai Konstanta
 β = Koefesien variabel
 ε = Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau arti sebenarnya yang diukur. Untuk melakukan uji validitas dapat menggunakan bivariate person (produk momen person) dan Uji Validitas Pearson. Adapun hasil uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi program The Social Sciences (SPSS) versi 22 for windows dengan cara Pearson dan menggunakan 100 orang responden ($n=100$) maka diperoleh nilai korelasi yang dapat dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah data $n=100$ dan $df(n-2)=98$, maka didapat nilai r tabel pada uji dua sisi taraf signifikan 0,05 sebesar 0,1996. Adapun uji validitas untuk variabel Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayana Pajak, Sanksi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3
Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengetahuan Perpajakan	0,761-0,870	0,1996	Valid
Kesadaran Wajib Pajak	0,632-0,841	0,1996	Valid
Kualitas Pelayanan	0,550-0,743	0,1996	Valid
Sanksi Perpajakan	0,817-0,936	0,1996	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak	0,865-0,931	0,1996	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 22

Berdasarkan dari uji validitas variabel Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayana Pajak, Sanksi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak diperoleh nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,1996 (taraf signifikan $< 0,05$ $n = 100$ dan $df = n-2$) artinya keseluruhan pernyataan untuk Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayana Pajak, Sanksi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak dinyatakan valid untuk digunakan sebagai pernyataan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang jika dicobakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis terhadap responden. Untuk mengukur reliabel instrument digunakan bantuan pogram The Social Sciences (SPSS) versi 22 for windows. Pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik Cronbach's Alpha dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,70. Dimana jika nilai Cronbach's Alpha dari suatu variabel lebih besar dari 0,70 maka pernyataan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha dari suatu variabel lebih kecil dari 0,70 maka pernyataan tersebut tidak reliabel. Adapun hasil dari uji reliabilitas dari variabel

Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayana Pajak, Sanksi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai Standarisasi	Keterangan
Pengetahuan Perpajakan	0,878	5	0,70	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,805	5	0,70	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,890	12	0,70	Reliabel
Sanksi Perpajakan	0,895	4	0,70	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,909	4	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 22

Dilihat dari uji reliabilitas variabel Pengetahuan Perpajakan diatas diperoleh nilai Cronbach's Alpha Sebesar 0,878 artinya variabel Pengetahuan Perpajakan memiliki nilai reliabel yang kuat. Uji reliabilitas variabel Kesadaran Wajib Pajak diatas diperoleh nilai Cronbach's Alpha Sebesar 0,805 artinya variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki nilai reliabel yang kuat. Uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan diatas diperoleh nilai Cronbach's Alpha Sebesar 0,890 artinya variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai reliabel yang kuat. Uji reliabilitas variabel Sanksi Perpajakan diatas diperoleh nilai Cronbach's Alpha Sebesar 0,895 artinya variabel Sanksi Perpajakan memiliki nilai reliabel yang kuat. Uji reliabilitas variabel Kepatuhan Wajib Pajak diatas diperoleh nilai Cronbach's Alpha Sebesar 0,909 artinya variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki nilai reliabel yang sempurna dan dapat dikatakan seluruh instrumen dalam penelitian ini reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji variabel independen dan variabel dependen atau keduanya dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan kolmgorov smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan $>0,05$ artinya data terdistribusi normal, tapi jika nilai signifikan $<0,05$ artinya data tidak terdistribusi normal. Berikut tabel 5 uji normalitas dari penelitian ini :

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29671411
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.042
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.036 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.342
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer Diolah 2024 dengan SPSS versi 22

Berdasarkan Tabel 5 tersebut dapat dilihat bahwa besarnya nilai Exact. Sig (2-tailed) adalah 0,342. Hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi dengan normal, dimana hasil Excat. Sig (2-tailed) 0,342 > 0,05. Dengan data berdistribusi normal, maka data penelitian ini dapat diteliti lebih lanjut.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji model regresi menemukan adanya suatu korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Perpajakan	.699	1.430
	Kesadaran Wajib Pajak	.578	1.729
	Kualitas Pelayanan	.492	2.033
	Sanksi Perpajakan	.647	1.546

a. Dependent Variable: Kepatuhan wajib pajak

Sumber: Data Primer Diolah 2024 dengan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 6 di atas, menunjukkan bahwa variable Pengetahuan Pajak dengan nilai tolerance sebesar 0,669 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,430 < 10. variable Kesadaran Wajib Pajak dengan nilai tolerance sebesar 0,578 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,729 < 10. variable Kualitas Pelayanan dengan nilai tolerance sebesar 0,492 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,033 < 10. variable Sanksi Perpajakan dengan nilai tolerance sebesar 0,647 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,546 < 10. Dengan hal ini, dapat disimpulkan bahwa dalam variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual data sama disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang diharapkan adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7
Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
1	(Constant)	.299	.623		
	Pengetahuan Perpajakan	.041	.028	.179	1.499
	Kesadaran Wajib Pajak	-.008	.034	-.030	-.227
	Kualitas Pelayanan	.011	.016	.095	.662
	Sanksi Perpajakan	-.044	.030	-.185	-1.482

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Primer Diolah 2024 dengan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 7 tersebut, menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X1 sebesar $0,137 > 0,05$, variabel X2 sebesar $0,821 > 0,05$, variabel X3 sebesar $0,510 > 0,05$, dan variabel X4 sebesar $0,142 > 0,05$. Dengan hal ini, dapat diketahui bahwa dalam variabel penelitian ini tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Hasil dari analisis regresi adalah berupa koefisien signifikansi untuk masing-masing variabel independen yang menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis. Berikut ini hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan program The Social Sciences (SPSS) versi 22 for windows.

Tabel 8
Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta		
(Constant)	-.583	2.176		-.268	.789
Pengetahuan Perpajakan	.206	.097	.205	2.126	.036
Kesadaran Wajib Pajak	.259	.120	.229	2.160	.033
Kualitas Pelayanan	.082	.056	.168	1.462	.147
Sanksi Perpajakan	.195	.104	.188	1.879	.063

a. Dependent Variable: Kepatuhan wajib pajak

Sumber: Data Primer Diolah 2024 dengan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 8 diatas diperoleh mode persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = -0,583 + 0,206X1 + 0,259X2 + 0,082X3 + 0,195X4 + \epsilon$$

Uji Hipotesis

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan program The Social Sciences (SPSS) versi 22 for windows, diperoleh diperoleh nilai t hitung $2,126 > t$ tabel $1,985$ dengan Signifikansi $0,036 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib pajak kendaraan Bermotor pada kendaraan wajib pajak di Kota Solok. Jadi, semakin baik pengetahuan seseorang tentang wajib pajak kendaraan bermotor, maka wajib pajak akan mengetahui fungsi dan peran dari wajib pajak yang dibayarkan.

Pengetahuan pajak adalah proses pengubahan sikap dan tata laku seorang wajib pajak atau kelompok wajib pajak dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pengetahuan Perpajakan sangat berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak karena bisa di lihat dari responden penelitian ini yang memiliki latar belakang berpendidikan, sehingga wajib pajak memiliki pemahaman yang baik tentang kewajiban perpajakan (seperti jenis pajak yang harus dibayar, cara pelaporan, tenggat waktu pembayaran, dan besaran pajak yang dikenakan) lebih cenderung untuk memahami aturan perpajakan. Pengetahuan yang cukup mengurangi kebingungan atau ketidakpastian yang dapat menjadi hambatan untuk memenuhi kewajiban pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan penelitian Ayuni et al. (2023) dan Apriliyani (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Berbeda berdasarkan hasil Widajantie et al., (2019) dan Wardani & Rumiyatun (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan program The Social Sciences (SPSS) versi 22 for windows, diperoleh diperoleh nilai t hitung $2,160 > t$ tabel 1,985 dengan Signifikansi $0,033 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H2 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib pajak kendaraan Bermotor pada kendaraan wajib pajak di Kota Solok. Jadi, semakin baik pengetahuan seseorang tentang wajib pajak kendaraan bermotor, maka semakin tinggi rasa kesadaran wajib pajak maka akan meningkat juga kepatuhan terhadap pajak kendaraan bermotor.

Kesadaran Wajib Pajak sangat berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, dengan tingkat pemahaman yang baik mengenai kesadaran moral akan pajak dan kesadaran akan manfaat pajak Ketika wajib pajak menyadari bahwa pajak yang mereka bayar digunakan untuk berbagai kepentingan umum, hal tersebut akan memotivasi wajib pajak untuk membayar pajak karena akan merasa bagian dari kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Hal inilah yang membuat wajib pajak semakin patuh akan tanggungan pajaknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan penelitian penelitian Eman Hormati et al. (2021) dan Setyaningrum & Ardini (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Berbeda berdasarkan hasil Hartopo et al., (2020) dan Apriliyani (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan program The Social Sciences (SPSS) versi 22 for windows, diperoleh diperoleh nilai t hitung $1,462 < t$ tabel 1,985 dengan Signifikansi $0,147 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H3 ditolak. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor pada kendaraan wajib pajak di Kota Solok.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, hal ini dikarenakan responden dalam penelitian ini memiliki usia yang tergolong muda sehingga banyak yang merasakan lamanya proses pelayanan tersebut. Hartopo et al., (2020) menyatakan bahwa saat para wajib pajak merasa tidak nyaman pada pelayanan pajak maupun terjadi perbedaan antara harapan dan kenyataan pada kualitas pelayanan maka akan menyebabkan menurunnya keinginan untuk bersikap patuh pada pembayaran kewajibannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan penelitian penelitian penelitian Hartopo et al., (2020) dan Apriliyani (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Berbeda berdasarkan hasil penelitian Eman Hormati et al. (2021) dan Setyaningrum & Ardini (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan program The Social Sciences (SPSS) versi 22 for windows, diperoleh diperoleh nilai t hitung $1,879 < t$ tabel 1,985 dengan Signifikansi $0,063 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H4 ditolak. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Sanksi Perpajakan tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor pada kendaraan wajib pajak di Kota Solok.

Sanksi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak disebabkan karena masih banyak wajib pajak merasa jika sanksi atau denda yang dikenakan terhadap

wajib pajak yang tidak patuh dianggap terlalu ringan atau tidak efektif. Komala (2023) menyatakan bahwa fenomena itulah yang membuat wajib pajak beranggapan bahwa sanksi perpajakan hanya sebatas peraturan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan penelitian Safina Fatmawati (2022) dan Komala (2023) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Berbeda berdasarkan penelitian Ayuni et al. (2023) dan Apriliyani (2022) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien Determinasi (R^2) dilaksanakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Dalam penelitian ini pengaruh langsung dan tidak langsung dilihat dari koefisien standardized yang memberikan nilai path atau jalur. Nilai koefisien detreminasi adalah antara 0 dan 1 ($0 < R^2 > 1$). Dalam penelitian ini nilai Koefisien Determinasi yang dipakai adalah Adjusted R^2 karena Variabel independen dalam penelitian ini lebih dari 2 variabel yaitu Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan. Hasil Uji Determinasi dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9
Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 ^a	.383	.357	2.345

a. Predictors: (Constant), Sanksi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 22

Dari hasil perhitungan pada tabel diatas di ketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,357 atau 35,7% dimana varabel Perilaku Pengelolaan keuangan ditentukan Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan sedangkan sisanya 64,3 % dipengaruhi oleh variabel lain.

4.KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Solok. Penelitian ini menggunakan 100 responden Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Solok. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa Pengetahuan Perpajakan secara parsial nilai t hitung $2,126 > t$ tabel $1,985$ dengan Signifikansi $0,036 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Perpajakan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib pajak kendaraan Bermotor (Y) pada kendaraan wajib pajak di Kota Solok.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa Kesadaran Wajib Pajak secara parsial nilai t hitung $2,160 > t$ tabel $1,985$ dengan Signifikansi $0,033 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa Kesadaran Wajib pajak (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib pajak kendaraan Bermotor (Y) pada kendaraan wajib pajak di Kota Solok.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial nilai t hitung $1,462 < t$ tabel $1,985$ dengan Signifikansi $0,147 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor pada kendaraan wajib pajak di Kota Solok.

4. Sanksi Perpajakan dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa Sanksi Perpajakan secara parsial nilai t hitung $1,879 < t \text{ tabel } 1,985$ dengan Signifikansi $0,063 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa Sanksi Perpajakan tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor pada kendaraan wajib pajak di Kota Solok.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N. S., & Putra, R. E. (2019). Pengaruh Kesadaran Masyarakat, Sanksi Perpajakan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Pada Samsat Kota Batam. *Measurement : Jurnal Akuntansi*, 13(1), 55. <https://doi.org/10.33373/mja.v13i1.1833>
- Amri, H., & Syahfitri, D. I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Sumbawa. *Journal of Accounting, Finance and Auditing*, 2(2), 108–118. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/jafa/article/view/542>
- Apriliyani, L. H. (2022). *Pengaruh Sosial, pengetahuan, sanksi dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor*. 1(2), 65–74.
- AR, K., Bakar, A., & Haryanto. (2019). *analisis pengaruh kualitas pelayanan pajak, sanksi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor pada samsat balaraja banten*.
- Awaloedin, D. T., Indriyanto, E., & Meldiyani, L. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Tarif Pajak dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan bermotor (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kec. Pasar Minggu Jakarta Selatan). *Populis : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 217. <https://doi.org/10.47313/pjsh.v5i2.950>
- Ayuni, Manafe, A. H., & Perseveranda, M. . (2023). Pengaruh Kasadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Wajib Pajak, Sanksi Pajak, dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Kajian Studi Literatur Manajemen Keuangan Daerah). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(1), 1–8. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1652/993>
- Barlan, A. R., Mursalim Laekkeng, & Ratna Sari. (2021). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Tingkat Pendapatan, Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 168–178. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v6i2.698>
- Cindy, J., & Yenni, M. (2018). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus , sanksi perpajakan, lingkungan wajib pajak berada terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Surabaya. *Tax & Accounting Review*, 1, 51.
- Eman Hormati, C., Kewo, C., & Wuryaningrat, N. F. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor SAMSAT Kota Tomohon. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 2(1), 98–104. <https://doi.org/10.53682/jaim.v2i1.532>
- Ernita, D., & Harahap, E. F. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Pengetahun Pajak Dan Kualitas Layanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kedaraan Bermotor Di Kota Sungai Penuh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 916–929. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1210>
- Hartopo, A., Masitoh, E., & Siddi, P. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Pajak, Pemeriksaan Pajak, Pengetahuan Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kecamatan Delanggu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 50–56. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i2.394>
- Hidayat, Imam SE, M., & Maulana, L. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Tangerang. *Bongaya Journal for Research in Accounting (BJRA)*, 5(1), 11–35. <https://doi.org/10.37888/bjra.v5i1.322>

- Karlina, U. W., & Ethika, M. H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 15(2), 143–154. <https://doi.org/10.37301/jcaa.v15i2.30>
- Komala, E. (2023). Analisis Pengaruh Sanksi Pajak, Lingkungan Sosial, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Malau, Y. N., Gaol, T. L., Giawa, E. N., & Juwita, C. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Medan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 551. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.414>
- Rahmatika, K., & Salim, N. (2021). Analisis Pengaruh Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Sosialisasi Pajak dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Jepara. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 5(1), 54–70. <https://journal.unisnu.ac.id/jra/article/view/180%0Ahttps://journal.unisnu.ac.id/jra/article/download/180/115>
- Ridhawati, R., Lesmanawati, D., & Lufty, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Uppd Banjarmasin 1. *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 37–48. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v15i1.363>
- Ringan, A. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (Studi pada Samsat Konawe). *Jurnal Economina*, 2(7), 1699–1718. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.667>
- Rismayanti, N. W. I. (2021). Pengaruh Kewajiban Moral, Sosialisasi Perpajakan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor(studi kasus pada kantor bersama samsat tabanan). *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 234–251. <https://doi.org/10.32795/hak.v2i3.1811>
- Safina Fatmawati, S. W. A. (2022). Pengaruh Kesadaran Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Tingkat Pemahaman Pajak, Tingkat Pendapatan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 883–89909.
- Sari, D. P. (2022). *Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak kendaraan Bermotor*.
- Setyaningrum, N. F. P., & Ardini, L. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bermotor.(Studi pada samsat surabaya). *Jurnal Ilmu Dan* <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5119%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/5119/5135>
- Setyaningsih, E. D., & Amelia, D. R. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan kesadaran Wajib Pajak Terhadap kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Kabupaten Bandung Barat. *Hartanti Ratiyah Dyah, Eka Amelia, Dilla Rizky*, 9(1), 23–28.
- Sista, N. P. A. (2019). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Kewajiban Moral, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor SAMSAT Gianyar. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 142–179. <http://www.journals.segce.com/index.php/JSAM/article/view/26/27>
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Wardani, D. K., & Rumiyatun. (2019). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.253>
- Widajantie, T. D., Ratnawati, D., Thamrin, T., & Arifin, M. H. (2019). Pengaruh Kesadaran Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kantor Bersama Samsat Surabaya Selatan). *Behavioral Accounting Journal*, 2(1), 41–53. <https://doi.org/10.33005/baj.v2i1.38>

Widiastuti, S. A., Hernawati, R. I., Pamungkas, I. D., & Purwantoro. (2024). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Demak. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 289–300. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1929>

Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai *Variabel Intervening*

Tika Oktarina¹, Maya Novianti², Lizvan M. Sitorus³, Sucipto Febrianto⁴

Universitas Pat Petulai² tikaoktarina66@gmail.com

² mayanovianti90@gmail.com

² sitoruslizvan@gmail.com .

⁴ febriantosucipto@gmail.com

Abstrak -This study aims to examine the effect of *Good Corporate Governance* and *Corporate Social Responsibility* on Company Value with *Financial Performance* as an intervening variable. This study used 17 mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange, selected using the purposive sampling method from the period 2019 to 2023. The statistical method used to test the hypothesis is SEM-PLS (Structural Equation Model - Partial Least Square). The results of this study prove that: 1) *Good Corporate Governance* has a significant negative effect on *Financial Performance* and *Company Value*, 2) *Corporate Social Responsibility* has a significant positive effect on *Financial Performance* and *Company Value*, 3) *Financial Performance* has a significant positive effect on *Company Value*, and is able to mediate the effect of *Good Corporate Governance* and *Corporate Social Responsibility* on *Company Value*. The implications are, 1) *Good Corporate Governance* must be maintained properly so that supervision and control of company activities are maximized so that *Financial Performance* can be maximized and then have an impact on a positive market response, 2) *Corporate Social Responsibility* is still carried out to attract investor trust so that they continue to provide a good response so that the company's value increases.

Keywords: *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, *Financial Performance*, *Company Value*

1. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset (Rodoni, 2014).

Good Corporate Governance adalah suatu sistem yang digunakan untuk menggerakkan dan mengelola segenap aktifitas perusahaan. *Good Corporate Governance* (GCG) merujuk pada seperangkat prinsip, nilai, dan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Konsep ini bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan dijalankan dengan cara yang transparan, adil, dan bertanggung jawab, dengan memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan yang terlibat. GCG melibatkan berbagai aspek, termasuk struktur organisasi, sistem pengambilan keputusan, pemantauan kinerja, dan pengungkapan informasi. (GRC Indonesia, 2023) Komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *Good Corporate Governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga dapat menjadi penghambat aktivitas rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mendorong penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/GCG*) oleh perusahaan di Indonesia. Pasalnya, penerapan GCG di Indonesia saat ini relatif tertinggal dibandingkan negara-negara di kawasan ASEAN. Penerapan GCG yang baik adalah aspek utama untuk membangun fundamental perusahaan yang kokoh. Kinerja keuangan perusahaan tidak akan berkelanjutan bila tidak dilandasi oleh praktik-praktik tata kelola yang baik. Selain itu, laporan tahunan yang didukung GCG akan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas publik, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan investor. Meningkatnya kepercayaan investor, pada akhirnya bisa mendongkrak investasi baik dari investor dalam negeri maupun investor asing melalui beragam produk pasar modal di Indonesia maupun melalui investasi

langsung (CNNIndonesia, 2020). Selain *Good Corporate Governance*, hal yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Beberapa tahun belakangan ini perusahaan-perusahaan semakin sadar akan pentingnya penerapan dari program *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari strategi bisnis yang diterapkannya. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan perusahaan untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan. CSR tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan CSR diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif (Rudito dan Melia, 2022). Laporan keberlanjutan adalah praktik pengukuran, pengungkapan, dan akuntabilitas kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal yang menggambarkan laporan tentang dampak masalah ekonomi, lingkungan, dan sosial (Indrabudiman, 2019). Agency Theory, Masalah agensi timbul karena adanya konflik kepentingan antara shareholder dan manajer, karena tidak bertemu utilitas yang maksimal antara mereka. Sebagai agen, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*), namun disisi yang lain manajer juga mempunyai kepentingan memaksimumkan kesejahteraan mereka. Sehingga ada kemungkinan besar agent tidak selalu bertindak demi kepentingan terbaik principal (Jensen dan Meckling, 2021). Signaling Theory, Brigham dan Houston (2022) menggunakan teori Modigliani dan Miller untuk menjelaskan bahwa investor dan manajer memiliki kesamaan informasi mengenai prospek suatu perusahaan. Teori sinyal dapat disimpulkan sebagai teori yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena teori ini memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan melalui laporan keuangan untuk mengurangi perbedaan informasi. Informasi diterima oleh investor terlebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal yang baik (good news) atau sinyal yang jelek (bad news). Jika kinerja keuangan yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut dapat dikategorikan sebagai sinyal baik karena mengindikasikan kondisi perusahaan yang baik. Sebaliknya jika kinerja keuangan yang dilaporkan menurun maka perusahaan berada dalam kondisi tidak baik sehingga dianggap sebagai sinyal yang jelek (Mariani, 2019). Nilai Perusahaan, Menurut Brigham dan Houston (2022) berpendapat bahwa nilai perusahaan merupakan nilai yang diberikan oleh pasar terhadap kinerja perusahaan. Nilai tersebut mengindikasikan keinginan dan keyakinan pasar terhadap nilai intrinsik perusahaan. Apresiasi pasar diindikasikan dengan harga saham di atas nilai buku, dan depresiasi pasar ditunjukkan dengan harga saham di bawah nilai buku. Jika pasar memberi nilai yang lebih, berarti menunjukkan pasar menganggap perusahaan memiliki prospek yang baik, demikian pula sebaliknya. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diprosksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) dan *Rasio Tobin's Q* (Weston dan Copeland, 2019). *Good Corporate Governance*, *Good Corporate Governance* pada dasarnya merupakan suatu sistem (input, proses, output) dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi demi tercapainya tujuan perusahaan. Tata kelola korporasi suatu sistem yang digunakan untuk menggerakkan dan mengelola segenap aktifitas perusahaan. Sistem itu memiliki dampak besar dalam menterjemahkan tujuan usaha ataupun dalam upaya mencapai tujuan tata kelola korporasi. Dalam penelitian ini, *Good Corporate Governance* diprosksikan dengan Jumlah Rapat Komite Audit. *Corporate Social Responsibility*, Pengertian *Corporate Social Responsibility* sangatlah beragam tergantung pada visi dan misi perusahaan yang disesuaikan dengan kebutuhan, kemauan, dan ketertarikan komunitas. Menurut Marnelly (2021) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk meningkatkan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat yang lebih luas. Dalam penelitian ini, *Corporate Social Responsibility* diprosksikan dengan CSR Index yang meliputi kinerja lingkungan dan kinerja sosial Heriyanto (2021). Kinerja Keuangan, Menurut Rudianto (2022), kinerja keuangan perusahaan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Salah satu pengukuran kinerja keuangan perusahaan adalah dengan profitabilitas. Menurut Indrabudiman (2020) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan

untuk menghasilkan laba guna meningkatkan nilai pemegang saham. Dalam penelitian ini, kinerja perusahaan diprosikan dengan *Return On Assets (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)* mengacu pada Fathma (2020) dan Brigham, Houston (2022).

2. METODE

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019 – 2023. Sedangkan sampel berjumlah 17 perusahaan yang diambil dengan teknik nonprobability sampling yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengolahan data menggunakan *Structural Equation Model – Partial Least Square*, sedangkan dalam hipotesis dengan menggunakan *path analysis*, berikut adalah model pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*) dari variabel *Good Corporate Governance* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan analisa faktor yang dimasukkan untuk memasukkan bahwa masing-masing pernyataan akan terklarifikasi pada indikator yang telah ditentukan. Pengukuran validitas dalam suatu data penelitian dilakukan dengan nilai Loadings Factor > 0.7 dan AVE > 0.5 .

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai loading factor semua indikator lebih besar dari kriteria 0.7 artinya semua indikator dalam dimensi dan variabel memiliki validitas yang baik.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua uji reliabilitas (yang meliputi : Cronbachs Alpha, rho_A, Composite Reliability) diatas kriteria 0.7 untuk semua variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel adalah reliabel, artinya konsisten dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Loadings Factor	AVE	Kriteria	Keterangan
GCG	KA	1.000	1.000	0.500	Valid
CSR	EN	0.990		0.500	Valid
	SOS	0.916	0.910	0.500	Valid
Kinerja Keuangan	ROA	0.993		0.500	Valid
	ROE	0.993	0.986	0.500	Valid
	PBV	0.994		0.500	Valid
Nilai Perusahaan	TBQ	0.995	0.989	0.500	Valid

Sumber: Data Hasil *SmartPLS*

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Kriteria	Keterangan
GCG	1.000	1.000	1.000	0.700	Reliabel
CSR	0.919	1.792	0.953	0.700	Reliabel
Kinerja Keuangan	0.986	0.986	0.993	0.700	Reliabel
Nilai Perusahaan	0.989	0.990	0.994	0.700	Reliabel

Sumber: Data Hasil *SmartPLS*

Tabel 3. Sub Struktur 1 (GCG, CSR ---> Kinerja Keuangan)

Variabel	Indikator	Weights	Path Coefficients	R Square
GCG	KA	1.000	-0.278	
CSR	EN	0.990	0.193	0.056
	SOS	0.916		

Sumber: Data Hasil *SmartPLS***i. Hirachial Component Model**

Tabel 3 menunjukkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) pada substruktur adalah 0.056, yang artinya secara simultan, total pengaruh GCG dan CSR terhadap Kinerja Keuangan sebesar 5.6% dan sisanya sebesar 94.4% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian yang mempengaruhi Kinerja Keuangan.

Tabel 4 menunjukkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) pada substruktur 1 adalah 0.380, yang artinya secara simultan, total pengaruh GCG, CSR dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan sebesar 38% dan sisanya sebesar 62% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

ii. Quality Criteria (Model Fit)

Tujuan uji kecocokan model (Model Fit) adalah untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau goodness of fit antara data dengan model. SmartPLS memiliki beberapa ukuran seperti pada tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa ketiga ukuran diatas (SRMR, NFI, dan rms Theta) diatas kriteria, artinya model fit atau dengan kata lain, data cocok dengan model.

iii. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Tabel 6 menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Serta menunjukkan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen yang dimediasi oleh variabel Kinerja Keuangan. Total effect GCG terhadap Nilai Perusahaan senilai -0.322 setelah melalui Kinerja Keuangan, hal ini menunjukkan Kinerja Keuangan mampu memediasi pengaruh GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan arah negatif. Total Effect CSR sebesar 0.350, hal ini menunjukkan variabel Kinerja Keuangan mampu memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan arah positif

Tabel 4. Sub Struktur 2 (GCG, CSR, Kinerja Keuangan ---> Nilai Perusahaan)

Variabel	Indikator	Weights	Path Coefficients	R Square
GCG (X1)	KA	1.000	-0.149	0.380
CSR (X2)	EN	0.990	0.230	
	SOS	0.916		
Kinerja Keuangan (Y1)	ROA	0.993	0.622	
	ROE	0.993		

Sumber: Data Hasil *SmartPLS***Tabel 5. Rekapitulasi Kecocokan Model (Model Fit)**

Ukuran	Hasil	Kriteria	Keterangan
SRMR	0.024	< 0.08	Model Fit
NFI	0.916	> 0.90	Model Fit
rms Theta	0.044	< 0.12	Model Fit

Sumber: Data Hasil *SmartPLS***Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung**

Tabel 6. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel		Direct	Indirect	Total Effect
GCG>Kinerja Keuangan>Nilai Perusahaan	-0.149	-0.173	-0.322	
CSR>Kinerja Keuangan>Nilai Perusahaan	0.230	0.120	0.350	

Sumber: Data Hasil SmartPLS

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	T table (> 1.96)	P Value (< 0.05)	Keterangan
GCG -> Kinerja Keuangan	4.152	0.000	Signifikan
CSR -> Kinerja Keuangan	2.000	0.048	Signifikan
Variabel	T table (> 1.96)	P Value (< 0.05)	Keterangan
GCG -> Nilai Perusahaan	2.064	0.042	Signifikan
CSR -> Nilai Perusahaan	2.294	0.024	Signifikan
Kinerja Keuangan -> Nilai Perusahaan	8.506	0.000	Signifikan
GCG->Kinerja Keuangan->Nilai Perusahaan	3.678	0.000	Signifikan
CSR->Kinerja Keuangan->Nilai Perusahaan	1.869	0.065	Tidak Signifikan

Sumber: Output PLS

Tabel 8. Jumlah Rapat Komite Audit Terhadap ROA

Jumlah Rapat	ROA					
	2015	2016	2017	2018	2019	Rata-rata
0-5	0.114	0.097	0.137	0.093	0.078	0.104
6-10	0.066	0.071	0.117	0.160	0.061	0.095
11-15	0.062	0.108	0.047	0.058	0.081	0.071
>15	0.051	0.047	0.097	0.091	0.018	0.061

Sumber: Diolah Peneliti

Uji Hipotesis

Tabel 7 menunjukkan bahwa GCG nilai *t-statistics* dari variabel ke variabel sebesar $2.064 > 1.96$ dengan nilai *p-values* dari variabel ke variabel $0.042 < 0.05$, CSR nilai *t-statistics* dari variabel ke variabel sebesar

$2.294 > 1.96$ dengan nilai *p-values* dari variabel ke variabel $0.024 < 0.05$, Kinerja Keuangan nilai *t-statistics* dari variabel ke variabel sebesar $8.506 > 1.96$ dengan *p-values* dari variabel ke variabel sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa GCG, CSR dan Kinerja Keuangan nilai *weights* dan *loading factors* adalah

signifikan.

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan dengan arah negatif, hal ini ditunjukkan dengan *t-statistics* senilai $4.152 (> 1.96)$, *p-values* senilai $0.000 (< 0.05)$ dan *Path Coefficient* senilai -0.278 , yang artinya semakin menurun jumlah rapat komite audit menunjukkan semakin meningkatnya Kinerja Keuangan. Jumlah rapat komite audit oleh perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan mendapat respon positif dari calon investor. Tabel 8 menunjukkan bahwa rata-rata jumlah rapat

komite audit pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini, perusahaan dengan jumlah rapat komite audit 0-5 memiliki rata-rata ROA sebesar 0.104, perusahaan dengan jumlah rapat komite audit 6-10 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 0.095, perusahaan dengan jumlah rapat komite audit 11-15 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 0.071, dan untuk perusahaan dengan jumlah rapat komite audit lebih dari 15 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 0.061. Hal ini mendukung hasil hipotesis yang menyatakan bahwa GCG berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kinerja keuangan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan, hal ini ditunjukkan dengan *t-statistics* senilai 2.000 (>1.96), *p-values* senilai 0.048 (< 0.05) dan *Path Coefficient* senilai 0.193, yang artinya semakin meningkat jumlah CSR menunjukkan semakin meningkatnya Kinerja Keuangan. CSR dalam penelitian ini direfleksikan oleh jumlah CSR kategori Sosial sedangkan Kinerja Keuangan direfleksikan oleh ROA. Peningkatan jumlah CSR oleh perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan mendapat respon positif dari calon investor. Semakin tinggi jumlah CSR yang diungkapkan oleh perusahaan membuat investor mempertimbangkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan tersebut. Berikut ini adalah tabel rata-rata jumlah CSR terhadap ROA: Tabel 9 diatas menunjukkan bahwa rata-rata jumlah pengungkapan CSR kategori SOS pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini, perusahaan dengan jumlah CSR 0-10 memiliki rata-rata ROA sebesar 0.004, perusahaan dengan jumlah CSR 11-20 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 0.058, perusahaan dengan jumlah CSR 21-30 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 0.060, dan untuk perusahaan dengan jumlah CSR lebih dari 30 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 0.109. Hal ini mendukung hasil hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan.

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan *t-statistics* senilai 2.064 (> 1.96), *p-values* senilai 0.042 (< 0.05) dan *Path Coefficient* senilai -0.149, yang artinya semakin menurun jumlah rapat komite audit menunjukkan semakin meningkatnya Nilai Perusahaan. *Good Corporate Governance* dalam penelitian ini direfleksikan oleh jumlah rapat komite audit sedangkan Nilai Perusahaan direfleksikan oleh PBV. Penurunan jumlah rapat komite audit oleh perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan mendapat respon positif dari calon investor. Semakin sedikit jumlah rapat komite audit yang dilakukan oleh perusahaan membuat investor mempertimbangkan tentang PBV dari perusahaan tersebut. Berikut ini adalah tabel rata-rata jumlah rapat komite audit terhadap PBV:

Tabel 9. Jumlah CSR Kategori SOS Terhadap ROA

ITEM SOS	ROA					
	2015	2016	2017	2018	2019	Rata-rata
0-10	0.018	0.000	0.000	0.000	0.000	0.004
11-20	0.010	0.093	0.013	0.110	0.064	0.058
21-30	0.047	0.053	0.075	0.073	0.053	0.060
> 30	0.073	0.081	0.143	0.140	0.108	0.109

Tabel 10. Jumlah Rapat Komite Audit Terhadap PBV

Jumlah Rapat	PBV					
	2015	2016	2017	2018	2019	Rata-rata
0-5	1.34	1.85	1.56	1.46	1.50	1.54
6-10	0.55	0.89	1.37	1.27	0.65	0.95
11-15	0.64	0.56	0.92	0.69	1.00	0.76
>15	0.65	0.59	0.31	0.61	1.07	0.65

Tabel 11. Jumlah CSR Kategori SOS Terhadap PBV

SOS	PBV					
	2015	2016	2017	2018	2019	Rata-rata
0-10	0.74	0.63	0.00	0.00	0.00	0.27
11-20	0.07	0.48	1.52	1.41	1.20	0.94
21-30	0.64	1.30	1.03	0.93	0.94	0.97
> 30	0.74	1.90	1.56	1.83	1.28	1.46

Sumber: Diolah Peneliti

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan *t-statistics* senilai 2.294 (> 1.96), *p-values* senilai 0.024 (< 0.05) dan *Path Coefficient* senilai 0.230, yang artinya semakin meningkat jumlah CSR menunjukkan semakin meningkatnya Nilai Perusahaan.

CSR dalam penelitian ini direfleksikan oleh jumlah CSR kategori Sosial sedangkan Nilai Perusahaan direfleksikan oleh PBV. Peningkatan jumlah CSR oleh perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan mendapat respon positif dari calon investor. Semakin tinggi jumlah CSR yang diungkapkan oleh perusahaan membuat investor mempertimbangkan peningkatan nilai perusahaan tersebut. Berikut ini adalah tabel jumlah CSR kategori SOS terhadap PBV.

Tabel 11 diatas menunjukkan bahwa rata-rata jumlah pengungkapan CSR kategori SOS pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini, perusahaan dengan jumlah CSR 0-10 memiliki rata-rata PBV sebesar 0.27, perusahaan dengan jumlah CSR 11-20 memiliki nilai rata-rata PBV sebesar 0.94, perusahaan dengan jumlah CSR 21-30 memiliki nilai rata-rata PBV sebesar 0.97, dan untuk perusahaan dengan jumlah CSR lebih dari 30 memiliki nilai rata-rata PBV sebesar 1.46. Hal ini mendukung hasil hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Kinerja Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan *t-statistics* senilai 8.506 (> 1.96), *p-values* senilai 0.000 (< 0.05) dan *Path Coefficient* senilai 0.622, yang artinya semakin meningkat Kinerja Keuangan menunjukkan semakin meningkatnya Nilai Perusahaan. Rata-rata Kinerja Keuangan pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini mengalami peningkatan dari tahun 2019-2023, begitu juga dengan Nilai Perusahaan dari tahun 2015-2019 yang menunjukkan trend yang meningkat. Kondisi ini membuktikan bahwa Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Kinerja keuangan dalam penelitian ini direfleksikan oleh ROA yang merupakan perbandingan laba bersih dengan asset perusahaan sedangkan Nilai Perusahaan direfleksikan oleh PBV. Peningkatan laba dan asset perusahaan mendapat respon positif dari calon investor. Semakin tinggi jumlah laba dan asset perusahaan membuat investor mempertimbangkan peningkatan nilai perusahaan tersebut.

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Kinerja Keuangan mampu memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan data penelitian ini, trend

rata-rata GCG menurun. Disisi lain, terjadi peningkatan Kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Sehingga dapat dikatakan Kinerja Keuangan dapat memediasi GCG terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan Kinerja Keuangan mampu memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan arah positif. Berdasarkan data penelitian ini, CSR meningkat dan juga Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan mengalami peningkatan juga. Sehingga dapat dikatakan Kinerja Keuangan dapat memediasi CSR terhadap nilai perusahaan dengan arah positif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data serta interpretasinya maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Good Corporate Governance berpengaruh negatif signifikan terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan, 2) Corporate Social Responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan, 3) Kinerja Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, serta mampu memediasi pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.

a. Implikasi Manajerial

Berdasarkan interpretasi penelitian maka pada penelitian ini dapat ditarik implikasi manajerial sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan uraian di pembahasan tentang frekuensi rapat komite audit yang tinggi belum tentu menaikkan kinerja keuangan, maka implikasi manajerial pada penelitian ini adalah, sebaiknya manajemen harus mempertahankan efektivitas dan efisiensi rapat komite audit, karena dengan frekuensi rapat komite audit yang banyak tidak menjamin kinerja keuangan lebih terkontrol. Sedangkan implikasi manajerial bagi investor adalah sebaiknya berinvestasi pada perusahaan yang memiliki trend kinerja keuangan yang meningkat, karena dengan frekuensi rapat komite audit yang tinggi tidak menjamin kinerja keuangan perusahaan meningkat.
- 2) Berdasarkan uraian di pembahasan tentang semakin banyak CSR yang diungkapkan semakin tinggi kinerja keuangan, maka implikasi manajerial pada penelitian ini adalah, sebaiknya manajemen meningkatkan implementasi CSR, selain dikarenakan aturan yang berlaku, juga dapat meningkatkan legitimasi perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Dengan kata lain CSR mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya mendapat respon oleh para investor. Sedangkan implikasi manajerial bagi investor adalah sebaiknya berinvestasi pada perusahaan yang lebih banyak mengimplementasikan CSR, karena dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, yang pada akhirnya memberikan return yang baik kepada investor.
- 3) Berdasarkan pembahasan pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan, implikasi manajerial pada penelitian ini adalah, sebaiknya manajemen harus meningkatkan efektivitas dan efisiensi rapat komite audit, untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari peningkatan harga saham yang tercermin dari peningkatan PBV. Sedangkan implikasi manajerial bagi investor adalah sebaiknya berinvestasi pada perusahaan yang melakukan rapat secara efektif, karena dapat meningkatkan nilai perusahaan, yang terlihat dari peningkatan harga saham.
- 4) Berdasarkan pembahasan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, implikasi manajerial pada penelitian ini adalah, sebaiknya manajemen harus meningkatkan implementasi CSR, karena dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari peningkatan nilai PBV. Sedangkan implikasi manajerial bagi investor adalah sebaiknya berinvestasi pada perusahaan yang lebih banyak mengimplementasikan CSR, karena dapat meningkatkan nilai perusahaan, yang dapat dilihat dari peningkatan harga saham yang tercermin dari peningkatan nilai PBV, yang pada akhirnya memberikan peningkatan return kepada investor.
- 5) Berdasarkan pembahasan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, implikasi manajerial pada penelitian ini adalah, manajemen harus meningkatkan Kinerja Keuangan yang dapat dilihat dari peningkatan laba dan asset perusahaan, karena dapat

meningkatkan nilai perusahaan yang direfleksikan oleh peningkatan harga saham. Sedangkan implikasi manajerial bagi investor adalah sebaiknya berinvestasi pada perusahaan yang mengalami peningkatan kinerja keuangan, karena dapat meningkatkan nilai perusahaan, yang dapat dilihat dari peningkatan harga saham, yang pada akhirnya memberikan peningkatan return kepada investor.

b. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini menggunakan dua variabel eksogen yaitu *Good Corporate Governance & Corporate Social Responsibility*, satu variabel endogen yaitu Nilai Perusahaan, dan satu variabel intervening yaitu Kinerja Keuangan, sedangkan masih banyak variabel dan faktor lain yang dapat memengaruhi Nilai Perusahaan.
- 2) Pengamatan hanya dilakukan pada perusahaan sektor pertambangan, sedangkan masih terdapat sektor lain dapat menjadi bahan penelitian.
- 3) Keterbatasan metode penelitian, referensi dalam mendukung teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- (IICG), T. I. I. for C. G. (2013) Laporan Hasil Riset dan Pemeringkatan Corporate Governance Perception Index 2012: Good Corporate Governance dalam Perspektif Pengetahuan.
- Agoes, S. and Ardana, I. C. (2014) Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya. Jakarta: Salemba Empat.
- Alfinur (2016) 'Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Listing di BEI', JEM, 12(1), pp. 44–50.
- Ammann, M., Oesch, D. and Schmid, M. M. (2010) Corporate Governance and Firm Value : International Evidence *. Ariananda, N. darwis (2013) 'Pengaruh Return On Equity terhadap Nilai Perusahaan dengan Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit sebagai Variabel Pemoderasi'.
- Baek, J., Kang, J. and Suh, K. (2004) 'Corporate governance and firm value : evidence from the Korean financial crisis', Journal of Financial Economics, 71, pp. 265–313. doi: 10.1016/S0304-405X(03)00167-3.
- Black, B. S., Jang, H. and Kim, W. (2006) 'Does Corporate Governance Predict Firms ' Market Values ? Evidence from Korea', The Journal of Law, Economics, & Organization, 22(2), pp. 366–413. doi: 10.1093/jleo/ewj018. Bonazzi, L. and Islam, S. M. N. (2007) 'Agency Theory and Corporate Governance : A study of the effectiveness of board in their monitoring of the CEO', Journal of Modelling in Management, 2(1), pp. 7–23. doi: 10.1108/17465660710733022.
- Cahyaningtyas, A. R. and Hadiprajitno, B. (2015) 'Pengaruh Corporate Governance Perception Index dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan', 4(3), pp. 1–12.
- Christiawan, Y. J. and Tarigan, J. (2007) 'Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan', Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 9(1), pp. 1–8.
- Dianawati, C. P. and Fuadati, S. R. (2016) 'Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas sebagai Variabel Intervening', Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 5(1).
- Effendi, M. A. (2009) The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasinya. Jakarta: Salemba Empat.
- Fawaid, M. I. (2017) Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel Kinerja Keuangan sebagai variable Intervening. Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ferial, F., Suhadak and Handayani, S. R. (2014) 'Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan dan Efeknya terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Badan Usaha Milik Negara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014)', Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 33(1), pp. 146–153.
- Forum for Corporate Governance in Indonesia (2001) Peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit dalam Pelaksanaan Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan). Indonesia: Forum for

- Corporate Governance in Indonesia (Seri Tata Kelola Perusahaan, Jilid II).
- Ghozali, I. (2013) Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program IBM SPSS 21. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldwin, J. and Christiawan, Y. J. (2017) 'Pengaruh Penerapan Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan sebagai Variabel Kontrol', *Business Accounting Review*, 5(2), pp. 217–228.
- Gwenda, Z. (2012) 'Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance (GCG) Pada Variabel Share Ownership , Debt Ratio , dan Sektor Industri Terhadap Nilai Perusahaan', pp. 137–150.
- Hadianto, M. L. (2013) Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2011).
- Halim, H. A. and Christiawan, Y. J. (2017) 'Pengaruh Penerapan Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan sebagai Variabel Kontrol', *Business Accounting Review*, 5(2), pp. 181–192.
- Hamdani, M. (2016) Good Corporate Governance (GCG) dalam Perspektif Agency Theory.
- Hestin Sri Widiawati (2011) Pengaruh Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perbankan di Bursa Efek Indonesia). Universitas Sebelas Maret.
- Horne, J. C. Van and Wachowicz, J. M. (2012) Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Edisi 13). Jakarta: Salemba Empat.
- Hutami, T. R. K. (2014) Pengaruh Mekanisme Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Perbankan. Universitas Diponegoro.
- Irawan, N. and Devie (2017) 'Pengaruh Corporate Governance Terhadap Firm Value Dengan Financial Performance Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan LQ 45 Tahun 2012-2015', *BUSINESS ACCOUNTING 75 REVIEW*, 5(1), pp. 277–288

.
.
Brigham, Eugene F. and Joel F. Houston. 2019. <i>Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Buku 1 Edisi 10</i> . Jakarta.
GRC Indonesia. 2023. Good Corporate Governance. Jakarta
Daniri, Mas. 2022. <i>Good Corporate Governance Konsep dan Penerapannya Dalam Konsep Indonesia</i> . Ray Indonesia, Jakarta.
Darmawan, Aldi et al. 2018. <i>Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Secara Berkelanjutan Di Corporate Governance Perception Index (CGPI) Periode 2013-2015)</i> . e- Proceeding of Management: Vol.5, No.1 Maret 2018 Hal. 595-605.
Famiyeh, Samuel. 2019. <i>Corporate Social Responsibility and Firm's Performance: Empirical Evidence</i> .
<i>Social Responsibility Journal</i> , Vol. 13 Issue 2.

Farida et al. 2019. <i>The Influence of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Firm Value: Evidence from Indonesia</i> . <i>International Journal of Economics and Financial Research</i> , Vol. 5, Issue. 7, Hal: 177-183
Fathma Suhairini, Zulfia. 2023. <i>Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Efisiensi Operasi, dan Tingkat Kepemilikan Publik Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan</i> . Semarang: Universitas Diponegoro.
Ghozali. 2020. <i>Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)</i> . Semarang: Universitas Diponegoro
Hapsari, Ajeng Andriani. 2019. <i>Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan</i> . <i>Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia</i> Vol. 1, No. 1, Mei 2018, Hal. 211-222.
Harjoto, Maretno A. and Hoje Jo. 2020. <i>Corporate Governance and CSR Nexus</i> . <i>Journal of Business Ethics (JBE) special issue</i> .
Organizational Research Methods, Vol. 17 No. 2, pp. 182-209.
Heriyanto. 2019. <i>Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</i> . Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
Husein, Ananda Sabil. 2020. <i>Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smart PLS 3.0</i> . Universitas Brawijaya.
Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2021. <i>Manajemen Keuangan</i> . Yogyakarta.
& Economics Vol.2, No.1: 41-56.
Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2022. <i>Metodologi Penelitian Bisnis</i> : Cetakan Kedua. Yogyakarta: BPFE UGM.
Indriastuti et al. 2020. <i>Information Disclosure on Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility as Determinants of Firm Value</i> . <i>Advances in Intelligent Systems and Computing CISIS 2020</i> , AISC 1194, hal. 375–382.
Joreskog, K. G., dan Sorbom, D. 1996. <i>LISREL8: User's reference guide</i> . Mooresville: Scientific Software.
.Keown, Arthur J., David F. Scott, John D. Martin, dan J. William Petty. 2001. <i>Dasar-dasar Manajemen Keuangan</i> . Jakarta: Salemba Empat.
Khoirunnisa. 2019. <i>Pengaruh Corporate Governance terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia</i> . Universitas Lampung.
Khurana, Inder K dan William J Moser. 2019. <i>Institutional Ownership and Tax Aggressiveness</i> .
Latan, H. dan Ghozali. 2020. <i>Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3</i> . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Lohmoller, J.B. 1989. *Latent Variable Path Modeling with Partial Least Squares*. Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Mariani, Desy. 2019. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial Dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Dan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 7.
- Marnelly, T. Romi. 2022. *Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan teori dan praktik di Indonesia*. ejournal unri.
- Melawati et al. 2015. *Pengaruh Good Corporate Governance, CSR, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan*. *Journal of Economic and Economic Education* Vol.4 No.2 Hal: 210-226.
- Monks, Robert A.G. 2003. *Corporate Governance 3rd Edition*. Blackwell Publishing.
- Pujana, Gede Ardi Wirasetia. 2016. *Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014)*. Surabaya: Universitas Airlangga..
- Sanchia, Maria Inez dan Tuntun Salamantun Zen. 2015. *Impact Of Good Corporate Governance In Corporate Performance*. *International Journal of Management and Applied Science* Volume-1, Issue-9, Oct.-2015 Hal. 102- 106.
- Sari, Putri Yanindha dan Denies Priantinah. 2018. *Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015*. Jurnal Nominal Volume VII Nomor 1 Hal.111-125.
- Scott, William R. 2014. *Financial Accounting Theory*. Pearson Education Canada.
- Shank, Todd, Ronald Paul Hill, dan John Stang. 2023. *Do Investors Benefit From Good Corporate Governance* Emerald Group Publishing Limited, 13, 384- 396.
- Sindhudiptha, I Nyoman Swastika Yoga. 2022. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 4.2:388-405. ISSN: 2302-8556.
- Soedaryono, Bambang dan Deri Riduifana. 2021. *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan melalui Corporate Social Responsibility*. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, Vol.13 No.1, April 2013 Hal. 1-34.
- Solihin, Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat. Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Thomson South-Western.
www.idx.co.id

Yamin, Sofyan. 2019. *Struktural equation modeling: Belajar lebih mudah teknik analisis data kuesioner dengan lisrel – PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.

Analisis Penggunaan Teknologi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap Pengendalian Internal

Natasya Saffa Adesti¹, Suci Alya Rahmadhani², Adi S Kurniawan³, Masayu Vrisaliani⁴, Raja Fitriana⁵, Mutia Putri Dewi Apriyanti⁶

STIE Pembangunan Tanjungpinang -¹natasyasafa04@gmail.com

-²icusalya@gmail.com

-³adi622231@gmail.com

-⁴masayuvrisaa@gmail.com

-⁵rjfitriana15@gmail.com

-⁶mutia.mutia2005@gmail.com

Abstrak—The rapid advancement of information technology has significantly influenced Accounting Information Systems (AIS) playing a crucial role in enhancing the effectiveness and efficiency of internal control within organizations. This study aims to analyze the impact of technology utilization in AIS on internal control. The Research employs a Systematic Literature Review (SLR) method, examining relevant literature on accounting information systems, information technology, and internal control mechanisms. The findings indicate that integrating technology into AIS improve accuracy and timeliness of financial recording and reporting, thereby strengthening internal control effectiveness. However challenges persist in AIS implementation, including limited user understanding, a shortage of skilled human resources, and insufficient training. These factors can hinder the optimal use of AIS and reduce its impact on internal control. To address these challenges, organization must enhance internal control policies, integrate information technology more effectively, and provide continuous training for employees. These measures will enable organization to maximize the benefits of AIS in improving financial data accuracy, decision making processes, and overall corporate governance. This study highlights the importance of proper technology adoption and user competency in leveraging AIS for internal control enhancement

Keywords: Accounting Information System, Internal Control, Technology

1. PENDAHULUAN

Pada dewasa ini, era globalisasi serta digitalisasi saat ini memungkinkan perkembangan teknologi dengan sangat pesat. Perkembangan teknologi yang terjadi pada saat ini berangkat bersamaan dengan perkembangan pada sistem informasi. Penggunaan teknologi informasi kini menjadi bagian terpenting dalam berbagai kegiatan terlebih lagi di dunia bisnis. Dengan adanya perkembangan pada bidang teknologi informasi perusahaan diperkirakan dapat meningkatkan efektivitas maupun efisiensinya dalam hal penyusunan laporan keuangan, juga pengambilan keputusan dapat lebih cepat dilakukan serta dapat meningkatkan ketepatan pada bagian laporan keuangan. Jadi, perkembangan teknologi infomasi pada sebuah perusahaan dimaksudkan guna mendukung pada sistem infomasi akuntansi juga pengendalian di bagian internal yang menjadi faktor pendukung kenaikan kinerja karyawan di perusahaan tersebut.

Tidak hanya itu perkembangan dan kemajuan teknologi yang menjulang tinggi beberapa waktu ini ditambah dengan perkembangan sistem informasi teknologi dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan, tetapi berdampak signifikan juga terhadap sistem informasi akuntansi dalam organisasi. Dengan kemajuan teknologi informasi, berbagai tugas dapat diselesaikan dengan cepat, tepat, dan akurat, meningkatkan kinerja dan akhirnya meningkatkan produktivitas. (Dewi, Afrizal, & Wahyudi, 2020). Maka dari itu, jika pengguna memiliki keterampilan terbatas, teknologi tidak dapat digunakan dengan baik. Kemampuan individu di perusahaan harus ditingkatkan karena keterbatasan individu, misalnya kelelahan, kurang fokus, dan ketelitian, dapat berdampak pada pekerjaan. (Putra, Kuntadi, & Pramukty, 2023).

Dalam hal ini, Sistem Informasi Akuntansi diartikan sebagai sistem yang menjalankan kegiatan operasi untuk menghasilkan informasi yang relevan, termasuk mencatat data ekonomi, mengolah dan menganalisis data, serta menghasilkan informasi kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan. Pada masa kini, perusahaan telah beralih dari sistem manual ke SIA berbasis komputer. (Lukiman & Lestarianto, 2016). Partisipasi pengguna sistem informasi akuntansi adalah

salah satu komponen yang dapat memengaruhi kinerja sistem informasi akuntansi. Apabila pengguna sistem informasi akuntansi berperan aktif dalam pengembangan, implementasi, dan penggunaan sistem, maka kegiatan ini akan memengaruhi bagaimana sistem berjalan dan memberikan kontribusi terhadap kinerja organisasi. Partisipasi pengguna juga dapat memengaruhi kepuasan pengguna, yang pada gilirannya akan memengaruhi penerimaan sistem informasi akuntansi. Kemampuan pemakai sistem informasi juga penting untuk kinerja sistem informasi akuntansi. Kemampuan pengguna untuk memahami dan menggunakan sistem informasi akan mempengaruhi efektivitas dan efisiensi penggunaan sistem. Semakin baik kemampuan pengguna, kemungkinan sistem informasi akuntansi beroperasi dengan baik dan memberikan manfaat yang diharapkan akan semakin tinggi. Untuk menilai kinerja bisnis, sistem informasi akuntansi sangat penting. Laporan keuangan yang akurat sangat penting untuk menilai kinerja bisnis. Oleh karena itu, sistem informasi akuntansi harus didukung oleh teknologi informasi yang terkomputerisasi. (Putri et al., 2023).

Tidak bisa dipungkiri selain beberapa hal tersebut, pengendalian internal dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting. Seiring dengan pertumbuhan perusahaan, tingkat kinerja karyawan juga meningkat. Oleh karena itu, diperlukan pengendalian internal yang efektif dan efisien untuk memastikan pencapaian tujuan perusahaan (Lasso & Ngumar, 2016). Menurut Riniwati (2011), kebutuhan yang mendorong tindakan menuju tujuan yang diinginkan harus dimiliki oleh manajer agar dapat memotivasi karyawan untuk bekerja dengan baik. Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengendalian internal dalam perusahaan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Komponen dalam pengendalian internal memiliki keterkaitan yang penting, sehingga perlu diperhatikan dalam perusahaan.

Perusahaan membutuhkan pengendalian internal karena dirancang untuk mengatur tindakan para pemimpin atau manajer organisasi bersama anggota organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan elemen pengendalian internal jika mereka ingin karyawannya bekerja dengan baik dan efisien dalam menjalankan tugasnya. Ini karena salah satu faktor yang berkontribusi pada peningkatan atau penurunan kinerja karyawan berasal dari elemen-elemen pengendalian internal. Bentuk susunan pengendalian intern adalah suatu satuan usaha yang terdiri dari berbagai kebijakan, tujuan, dan prosedur. Komponen utama dari struktur pengendalian intern adalah aktivitas pengendalian, yaitu kebijakan dan prosedur dasar yang digunakan oleh manajemen untuk memastikan bahwa tujuan pengendalian intern dapat dicapai. Lingkungan Pengendalian Intern adalah sarana dan prasarana yang ada di ruang lingkung organisasi atau perusahaan untuk menjalankan sistem pengendalian intern yang efektif, dan Aktivitas Pengendalian Intern adalah kebijakan dan prosedur yang membantu suatu perusahaan dalam mengatur pengendalian internal (Lasso & Ngumar, 2016).

2. METODE

Penelitian ini menerapkan metode Systematic Literature Review (SLR), yaitu jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan penelitian ini untuk memberikan gambaran sistematis tentang suatu fenomena berdasarkan hasil kajian literatur yang relevan. Pendekatan kualitatif menganalisis dan menginterpretasikan data secara menyeluruh dengan melihat pola, tema, dan hubungan yang ditemukan dalam berbagai sumber literatur. Data diperoleh melalui metode dokumentasi. Kriteria inklusi dan eksklusi digunakan dalam proses seleksi literatur untuk memilih sumber yang relevan dan kredibel akademik. Analisis isi, atau analisis isi, digunakan untuk mengevaluasi dan mengolah data yang telah diperoleh. Analisis ini dilakukan berulang kali untuk memastikan keakuratan dan konsistensi hasil, dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang topik penelitian dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan mensintesis hasil penelitian. Dengan demikian, analisis ini dilakukan untuk setiap dokumen secara sistematis.



2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Peran Teknologi Informasi (X1) Dalam Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Internal (Y)

No.	Referensi	Kelebihan Penelitian	Kekurangan Penelitian	Relevansi Terhadap Penelitian
1.	Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Pemanfaatan Sistem Informasi, Efektivitas Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Kepercayaan Atas Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individu Karyawan	<p>Relevansi Tema: Jurnal ini mengangkat topik yang sangat relevan di era digital, yaitu dampak sistem informasi akuntansi terhadap kinerja individu karyawan, khususnya pada konteks industri manufaktur yang sedang berkembang pesat di Indonesia.</p> <p>Metode Analisis: Studi ini memungkinkan para peneliti untuk secara bersamaan menilai efek dari beberapa variabel dependen, memungkinkan hasilnya lebih luas.</p> <p>Data Primer: Dengan menggunakan data utama yang diterima oleh karyawan, studi ini bisa memberikan informasi yang lebih akurat dan relevan tentang pandangan dan pengalaman yang terkait dengan sistem informasi akuntansi.</p> <p>Kontribusi terhadap Pengetahuan: Temuan penelitian ini dapat berkontribusi pada pengambilan keputusan mengenai implementasi strategi untuk meningkatkan faktur karyawan dan peningkatan kinerja.</p> <p>Rekomendasi Praktis: Studi ini juga mencakup rekomendasi praktis untuk manajemen perusahaan untuk meningkatkan efektivitas sistem informasi dan kepercayaan karyawan teknologi.</p> <p>Dukungan Literatur: Studi ini juga mencakup rekomendasi praktis untuk manajemen perusahaan untuk meningkatkan efektivitas sistem informasi dan kepercayaan karyawan teknologi.</p>	<p>Keterbatasan Sampel: Jika ukuran sampel dalam penelitian relatif kecil sehingga tidak dapat mewakili populasi yang lebih luas, penelitian ini dapat memengaruhi kemampuan untuk menggeneralisasi. Selain itu, pembatasan penelitian pada satu industri atau lokasi geografis tertentu juga dapat mengurangi relevansi temuan.</p> <p>Tidak Terlihatnya Pengaruh Variabel Lain: Penelitian ini mungkin tidak memasukkan faktor lain yang dapat memengaruhi kinerja individu, seperti motivasi, budaya organisasi, atau kondisi eksternal. Hal ini berpotensi mengurangi kedalaman analisis yang dilakukan.</p> <p>Desain Penelitian: Jika gaya penelitian lebih bersifat kuantitatif tanpa menyediakan wawasan kualitatif, penginterpretasian temuan bisa kurang mendalam. Keterlibatan karyawan melalui wawancara atau survei terbuka dapat memberikan konteks dan nuansa yang lebih dalam terhadap data kuantitatif yang diperoleh.</p> <p>Keterbatasan Waktu: Jika penelitian dilakukan dalam jangka waktu yang singkat, efek jangka panjang dari penerapan sistem informasi mungkin tidak tercapture. Kinerja karyawan bisa dipengaruhi oleh banyak faktor yang berubah seiring waktu.</p> <p>Analisis Statistik: Mungkin ada ketergantungan pada alat statistik tertentu tanpa menjelaskan alasan pemilihan metode. Ini bisa menyebabkan kritik mengenai kekuatan analisis yang digunakan.</p> <p>Generalizability: Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa tidak sepenuhnya dapat dilaksanakan ke semua jenis perusahaan atau industri.</p>	Relevansi terletak pada bagaimana penerapan SIA yang efektif dapat meningkatkan pengendalian internal dalam suatu organisasi.

			Berbagai konteks bisnis mungkin memerlukan pendekatan yang berbeda terhadap sistem informasi.	
2.	<p>Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT. Brother Silver</p> <p>Signifikansi Hasil: Studi ini menunjukkan efek positif dan signifikan dari kontrol internal pada kinerja karyawan dengan koefisien korelasi 82,5%. Hal ini mengindikasikan adanya keterkaitan yang erat antara variabel yang diteliti dengan kinerja karyawan .</p> <p>Fokus pada Sumber Daya Manusia: Studi ini menyoroti betapa pentingnya mengupayakan Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai pondasi utama bagi perusahaan. Karyawan berkualitas tinggi dapat mendukung produktivitas dan efektivitas perusahaan anda di pasar .</p> <p>Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan metode analisis kuantitatif yang memungkinkan pengujian hipotesis secara kentara & sistematis, menaruh output yang lebih objektif & bisa diukur.</p> <p>Rekomendasi Praktis: Penelitian ini memberikan rekomendasi yang jelas bagi manajer untuk memperbaiki kebijakan pengendalian internal dan meningkatkan keterampilan tenaga kerja melalui program pelatihan, yang berkontribusi pada peningkatan kinerja dan efektivitas karyawan .</p> <p>Relevansi dalam Konteks Persaingan: Dalam menghadapi kompetisi yang semakin intens di pasar global, penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana pengendalian internal dapat berfungsi sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan</p>	<p>Sampel Terbatas: Penelitian ini hanya melibatkan karyawan dari satu perusahaan, yang dapat membatasi generalisasi hasil. Hasil mungkin tidak dapat diterapkan secara luas ke industri lain atau ke perusahaan berbeda dengan karakteristik yang berbeda .</p> <p>Penggunaan Data Primer Saja: Ketergantungan pada data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menyebabkan bias, bergantung pada tingkat kejujuran dan pemahaman responden. Ada kemungkinan responden memberikan jawaban yang lebih sesuai dengan norma sosial daripada yang sebenarnya, sehingga dapat memengaruhi validitas hasil penelitian.</p> <p>Tidak Mencakup Faktor External: Penelitian ini berfokus pada variabel internal, seperti pengendalian lingkungan, aktivitas pengendalian, dan pemantauan, namun belum mempertimbangkan faktor eksternal yang juga dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan, seperti kondisi pasar dan kebijakan pemerintah .</p> <p>Desain Penelitian: Meskipun menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini tidak menjelaskan secara mendalam mekanisme atau proses yang menghubungkan pengendalian intern dengan kinerja karyawan. Penelitian kualitatif tambahan mungkin diperlukan untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam .</p> <p>Keterbatasan Variabel yang Diteliti: Penelitian ini hanya mencakup tiga aspek dari pengendalian intern, sementara banyak elemen lain, seperti budaya organisasi dan motivasi individu, juga dapat berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan</p>	Relevant dengan penelitian yaitu sama-sama menunjukkan pentingnya pengendalian internal yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi dan karyawan. Penggunaan teknologi informasi, khususnya SIA, dapat memperkuat pengendalian internal, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan kinerja karyawan di berbagai divisi, termasuk bagian produksi.	
3.	<p>Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Insentif Karyawan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada BMT Satria Nuban Muamalah)</p>	<p>Pengaruh Positif Sistem Informasi Akuntansi: Penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Temuan ini menegaskan bahwa investasi dalam sistem informasi yang berkualitas dapat meningkatkan efisiensi dan</p>	<p>Ukuran Sampel Terbatas: Penelitian ini hanya melibatkan sebanyak 25 karyawan dijadikan sampel. Ukuran sampel yang terbatas ini dapat menghambat generalisasi hasil penelitian terhadap populasi yang lebih luas dan beragam.</p> <p>Metode Pengumpulan Data: Pemanfaatan kuesioner</p>	sama-sama menekankan hubungan antara SIA, pengendalian internal, dan kinerja karyawan. Jurnal pertama lebih terfokus pada faktor moderasi insentif karyawan, sedangkan penelitian kedua lebih menekankan pada

efektivitas kerja karyawan . **Peran Moderasi Insentif Karyawan:** Insentif karyawan berfungsi sebagai moderator dalam hubungan antara kedua sistem dan kinerja karyawan. Dengan kata lain, pemberian insentif yang sesuai dapat meningkatkan efektivitas sistem informasi akuntansi dan sistem pengendalian internal, sehingga mendorong peningkatan kinerja karyawan. **Data yang Relevan:** Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang didistribusikan kepada karyawan, sehingga informasi yang diperoleh lebih relevan serta mencerminkan perspektif dan pengalaman langsung para responden .

Desain Penelitian Kuantitatif: Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini dapat menghasilkan data yang terukur dan dapat dikategorikan, serta memberikan pemahaman yang jelas mengenai hubungan antara variabel-variabel yang teliti .

Rekomendasi untuk Perbaikan: Penelitian ini tidak hanya memaparkan hasil temuan, tetapi juga menawarkan rekomendasi bagi pengelolaan BMT dalam meningkatkan sistem informasi akuntansi dan pengendalian internal guna meningkatkan kinerja karyawan secara keseluruhan .

Literatur yang Berguna: Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk studi berikutnya serta berperan dalam pengembangan teori yang berkaitan dengan kinerja karyawan, serta memberikan dasar empiris untuk studi lebih lanjut di bidang ini.

sebagai metode tunggal dalam pengumpulan data mungkin membawa risiko bias subjektif. Responden mungkin memberikan jawaban yang diinginkan daripada mencerminkan keadaan sebenarnya. **Tidak Ada Pengaruh Signifikan dari Sistem Pengendalian Internal:** Penelitian ini mengungkapkan bahwa sistem pengendalian internal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan, yang dapat mengindikasikan bahwa sistem tersebut belum diterapkan secara efektif. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai implementasi dan relevansi sistem ini di organisasi tersebut .

Keterbatasan Waktu dan Lokasi: Penelitian yang dilakukan di satu lokasi spesifik (BMT Satria Nuban Muamalah) mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi organisasi lain, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi secara luas untuk semua jenis organisasi atau industri.

Fokus Terbatas pada Variabel Tertentu: Studi ini hanya meneliti tiga variabel utama (sistem informasi akuntansi, sistem pengendalian internal, dan insentif karyawan). Namun, masih ada banyak faktor lain yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan tidak dimasukkan dalam analisis, sehingga penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya komprehensif.

Pengaruh Lain yang Tidak Dipertimbangkan: Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor eksternal lain seperti budaya organisasi, lingkungan kerja, atau motivasi individu yang juga dapat memengaruhi kinerja karyawan, sehingga mungkin hasilnya hanya menunjukkan sebagian dari keseluruhan dinamika yang ada

penggunaan SIA dalam pengendalian internal. Jika insentif dimasukkan dalam penelitian kedua, maka dapat dilihat bagaimana motivasi dan penghargaan mempengaruhi bagaimana karyawan menggunakan sistem informasi dan menjalankan prosedur pengendalian internal dengan lebih baik.

4. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Motivasi Kerja dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan	<p>Peningkatan Kinerja Karyawan: Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi sistem informasi akuntansi yang efektif dapat berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Artinya, karyawan yang memanfaatkan sistem informasi akuntansi dengan baik dapat menyelesaikan tugas mereka dengan lebih efisien dan tepat .</p> <p>Motivasi Kerja yang Positif:</p>	<p>Keterbatasan Sampel: Penelitian ini dilakukan pada karyawan PT. Sahabat Sakinah Senter, yang mungkin tidak mewakili keseluruhan industri atau organisasi di luar perusahaan tersebut. Keterbatasan sampel dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian .</p> <p>Metode Pengumpulan Data: Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai metode pengumpulan data.</p>	membahas bagaimana SIA dapat memperkuat pengendalian internal yang pada akhirnya, hal ini akan meningkatkan kinerja karyawan. Dalam jurnal pertama, motivasi kerja menjadi faktor utama yang mempengaruhi efektivitas penggunaan SIA, sementara penelitian kedua lebih berfokus pada
--	---	---	--

Karyawan dengan motivasi kerja yang tinggi cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi kerja berdampak positif pada kinerja karyawan, sehingga penting bagi organisasi untuk menciptakan lingkungan kerja yang dapat meningkatkan motivasi.

Pemanfaatan Teknologi

Informasi: Pemanfaatan teknologi informasi dapat berkontribusi positif terhadap kinerja individu. Ketika teknologi diterapkan dengan tepat dan sesuai dengan tugas yang dijalankan, hal ini dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta produktivitas karyawan. Penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan teknologi informasi memiliki dampak signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik: Sistem informasi akuntansi yang terintegrasi dan tepat waktu membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja serta hasil perusahaan secara keseluruhan.

Dukungan untuk Perencanaan dan

Pengendalian: Dengan informasi yang akurat dan cepat dari sistem informasi akuntansi, perusahaan dapat merencanakan dan mengendalikan aktivitasnya secara lebih efektif, yang pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap kinerja karyawan dan organisasi.

Keberhasilan kuisioner sangat bergantung pada kejujuran dan ketepatan jawaban responden, yang bisa menjadi subjektif dan rentan terhadap bias. Hal ini dapat mempengaruhi keandalan hasil.

Variabel yang Tidak

Terukur: Meskipun penelitian ini mencakup variabel utama seperti sistem informasi akuntansi, motivasi kerja, dan pemanfaatan teknologi, masih terdapat faktor-faktor lain (seperti budaya organisasi, kepemimpinan, atau faktor eksternal) yang mungkin juga berpengaruh terhadap kinerja karyawan tetapi tidak dianalisis dalam studi ini.

Keterbatasan dalam Analisis

Kualitatif: Penelitian ini lebih menitikberatkan pada data kuantitatif. Pendekatan kualitatif, seperti wawancara atau diskusi kelompok, dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang cara dan alasan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi.

Pengukuran Motivasi Kerja:

Mengukur motivasi kerja secara akurat melalui kuisioner dapat menjadi tantangan, karena berbagai faktor individu dan situasional dapat memengaruhi tingkat motivasi, yang mungkin tidak sepenuhnya tergambar dalam data yang dikumpulkan.

Efek Jangka Panjang:

Penelitian ini cenderung lebih menyoroti pengaruh jangka pendek dari sistem informasi, motivasi, dan teknologi terhadap kinerja karyawan. Namun, efek jangka panjang dari penggunaan sistem informasi dan teknologi belum tentu menjamin peningkatan kinerja yang berkelanjutan.

bagaimana SIA itu sendiri memperbaiki pengendalian internal. Jika dikaitkan, dapat dilihat bahwa penggunaan SIA yang didorong oleh motivasi kerja yang tinggi akan meningkatkan pengendalian internal, yang pada gilirannya memengaruhi kinerja karyawan secara positif.

5.	Pengaruh Efisiensi Kerja, Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi, Penggunaan Teknologi Informasi dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Individual di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jambi	<p>Penggunaan Metodologi yang Tepat: Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda metode statistik yang dapat diandalkan dan sesuai untuk menilai hubungan antara sejumlah variabel independen dengan variabel dependen digunakan untuk mengolah data penelitian ini.</p> <p>Fokus pada Konteks Spesifik: Penelitian ini berfokus pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jambi, memberikan wawasan mendalam mengenai pengaruh efisiensi kerja, pemanfaatan teknologi informasi, dan kepuasan pengguna terhadap kinerja individu dalam konteks organisasi tersebut.</p>	<p>Keterbatasan Sampel: Penelitian ini menggunakan sampel yang relatif kecil, yaitu 30 orang yang terdiri dari manajer dan kepala cabang. Keterbatasan ukuran sampel ini dapat mempengaruhi tingkat generalisasi temuan penelitian terhadap populasi yang lebih luas.</p> <p>Fokus Terbatas pada Satu Organisasi: Penelitian ini berfokus pada satu perusahaan, yaitu PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jambi. Hal ini dapat membatasi penerapan temuan pada organisasi lain yang memiliki struktur atau karakteristik berbeda.</p> <p>Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi tidak Signifikan: Hasil penelitian</p>	Relevant karena membahas hubungan antara efisiensi, efektivitas, penggunaan TI, kepuasan pengguna, dan kinerja individu, yang semuanya berkontribusi pada kualitas pengendalian internal dalam organisasi. Analisis yang lebih dalam mengenai bagaimana teknologi dan SIA dapat meningkatkan pengendalian internal dapat diambil dari hasil penelitian tersebut.
----	---	---	---	--

Identifikasi Variabel yang Krusial: Penelitian dapat mengungkap berbagai variabel yang memengaruhi kinerja individu, seperti efisiensi kerja dan kepuasan pengguna sistem informasi, yang memiliki relevansi dalam bidang akuntansi serta manajemen sistem informasi..

Kontribusi pada Literatur: Temuan penelitian ini dapat menambah wawasan dalam literatur kajian akademik mengenai keterkaitan antara sistem informasi akuntansi dan kinerja individu, serta memberikan rekomendasi bagi praktik manajerial dan pengembangan sumber daya manusia di perusahaan.

Relevansi Praktis: Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh manajemen PT Pos Indonesia untuk mengoptimalkan sistem kerja dan teknologi yang tersedia, guna meningkatkan kinerja karyawan serta efisiensi operasional secara menyeluruh.

mengungkapkan bahwa efektivitas sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja individu. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini mungkin memiliki dampak lebih besar, namun variabel-variabel tersebut tidak diteliti lebih lanjut.

Pengukuran Variabel yang Mungkin Subjektif: Pengukuran kepuasan pengguna dan efektivitas sistem informasi cenderung bersifat subjektif serta bergantung pada persepsi masing-masing individu, yang berpotensi menimbulkan bias dalam hasil penelitian.

Kurangnya Pertimbangan terhadap Faktor Eksternal: Penelitian ini tidak mengulaskan faktor eksternal yang berpotensi memengaruhi kinerja individu, seperti budaya organisasi, dinamika pasar, atau kebijakan pemerintah, yang sebenarnya dapat memberikan konteks tambahan terhadap hasil yang diperoleh.

6.	Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Organisasi Perangkat Daerah dengan Sistem Pengukuran Kinerja Sebagai Variabel Mediasi (<i>Studi Empiris pada Organisasi Perangkat Daerah Kota Bukittinggi</i>)	<p>Relevansi Topik: Penelitian ini memiliki relevansi tinggi dengan tuntutan saat ini, di mana efisiensi dan efektivitas kinerja organisasi pemerintah menjadi perhatian utama bagi masyarakat dan para pemangku kepentingan.</p> <p>Pendekatan Empiris: Melalui metode pengambilan sampel purposif dan pengumpulan data primer dengan kuesioner, penelitian ini memperoleh data langsung dari responden, yaitu pegawai negeri sipil (PNS), sehingga hasilnya mencerminkan perspektif langsung dari mereka yang terlibat.</p> <p>Analisis yang Komprehensif: Penelitian ini tidak hanya menganalisis hubungan langsung antara sistem pengendalian internal dan kinerja organisasi, tetapi juga memasukkan sistem pengukuran kinerja sebagai variabel mediasi. Pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja.</p> <p>Kontribusi pada Teori: Menemukan bahwa sistem pengukuran kinerja bukan merupakan mediator yang signifikan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori, serta membuka peluang diskusi lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang mungkin</p> <p>Keterbatasan Sampel: Penelitian ini hanya melibatkan 115 responden dari OPD di Bukittinggi, yang mungkin tidak cukup mewakili keseluruhan populasi PNS. Hal ini dapat membatasi sejauh mana temuan penelitian dapat digeneralisasikan.</p> <p>Keterbatasan pada Variabel: Dengan fokus pada sistem pengendalian internal, sistem pengukuran kinerja, dan kinerja organisasi, penelitian ini mungkin tidak mencakup faktor lain yang juga berpengaruh terhadap kinerja, seperti budaya organisasi, kepemimpinan, dan manajemen sumber daya manusia.</p> <p>Analisis Mediasi yang Tidak Signifikan: Hasil yang menunjukkan bahwa sistem pengukuran kinerja tidak berperan sebagai mediator yang signifikan mengindikasikan kemungkinan adanya variabel lain yang lebih relevan atau intervensi yang perlu diteliti lebih lanjut, yang dapat memengaruhi nilai keseluruhan penelitian.</p> <p>Desain Penelitian Terkait Waktu: Jika penelitian ini bersifat cross-sectional (mengamati data pada satu titik waktu), maka penelitian ini tidak dapat menangkap</p>	sangat relevan untuk analisis pengaruh Penggunaan Teknologi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap Pengendalian Internal karena memberikan wawasan tentang bagaimana sistem pengendalian internal yang efektif dapat mempengaruhi kinerja organisasi, dengan pengukuran kinerja yang menjadi variabel mediasi. Selain itu, penggunaan teknologi dalam SIA dapat memperkuat SPI, mempermudah pengawasan, dan meningkatkan efisiensi dalam pengendalian internal organisasi.
----	---	---	---

memengaruhi hubungan tersebut.

Praktis untuk Kebijakan: Temuan ini memberikan perspektif bagi otoritas daerah dalam memperkuat sistem pengendalian internal sebagai upaya meningkatkan kinerja organisasi, yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan serta perbaikan kebijakan publik.

Penggunaan Data Analisis yang Modern: Penelitian ini menerapkan software statistik SPSS untuk analisis data, mencerminkan metode yang modern dan relevan dalam bidang penelitian akuntansi dan manajemen.

perubahan dalam kinerja organisasi atau sistem pengendalian seiring waktu. Hal ini dapat membatasi pemahaman terhadap dinamika hubungan antar variabel..

Keterbatasan Metodologi: Meskipun analisis regresi linear dan path analysis digunakan, terdapat kemungkinan bahwa hasilnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak tercakup dalam model. Selain itu, belum tentu semua asumsi dalam analisis regresi, seperti linearitas dan normalitas, telah terpenuhi sepenuhnya.

Ketergantungan pada Kuesioner: Data yang dikumpulkan melalui kuesioner bergantung pada persepsi dan laporan responden, yang berpotensi menimbulkan bias dalam hasil. Misalnya, responden mungkin cenderung memberikan jawaban yang dianggap lebih dapat diterima secara sosial daripada mencerminkan kondisi sebenarnya.

7. Pengaruh Akuntabilitas, Sistem Pengendalian Intern, dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Organisasi pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surabaya	<p>Pendekatan Kuantitatif: Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, yang memungkinkan analisis data secara lebih terukur dan objektif, sehingga membantu dalam memperoleh temuan yang dapat dipercaya.</p> <p>Fokus pada Akuntabilitas dan Kinerja Organisasi: Penelitian ini secara khusus menyoroti peran akuntabilitas dalam memengaruhi kinerja organisasi pemerintah, yang memiliki relevansi tinggi dalam konteks pelayanan publik.</p> <p>Analisis yang Mendalam: Penelitian ini tidak hanya berpusat pada satu faktor, tetapi juga meneliti dampak gabungan dari akuntabilitas, sistem pengendalian internal, dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja organisasi.</p> <p>Relevansi Praktis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga serta kontribusi signifikan bagi pengembangan ilmu akuntansi dan manajemen, sekaligus menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.</p> <p>Berbasis Data Empiris: Dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dari karyawan, penelitian ini memberikan perspektif langsung tentang penerapan sistem yang diteliti, khususnya</p>	<p>Tidak Signifikan pada Sistem Pengendalian Internal: Menurut Penelitian ini, sistem pengendalian internal tidak berdampak positif atau signifikan terhadap kinerja organisasi. Hasil ini menunjukkan bahwa mungkin ada kelemahan dalam penerapan sistem ini, dan penelitian lebih lanjut harus dilakukan</p> <p>Fokus Terbatas pada Satu Lembaga: Studi ini hanya dilakukan di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surabaya, yang dapat membatasi penerapan hasil penelitian pada lembaga pemerintah lain dengan konteks yang berbeda.</p> <p>Sampel yang Mungkin Terbatas: Jika jumlah responden hanya mencakup sebagian kecil dari populasi dan tidak mewakili seluruh karyawan, maka hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi sebenarnya di lapangan.</p> <p>Penggunaan Kuesioner yang Mungkin Subjektif: Ketergantungan pada kuesioner sebagai metode pengumpulan data dapat menimbulkan bias subjektif, karena responden mungkin cenderung memberikan jawaban yang lebih positif</p>	<p>relevan karena mengkaji hubungan antara sistem akuntansi dan kontrol internal dalam konteks pengelolaan keuangan daerah, serta bagaimana teknologi dalam SIA dapat mempengaruhi pengendalian internal di BPKAD Surabaya. Ini penting untuk meningkatkan kinerja organisasi dan memastikan pengelolaan aset daerah yang lebih efisien dan transparan.</p>
---	---	---	---

di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surabaya.

atau sesuai dengan ekspektasi penelitian.

Ketidakseragaman dalam Penelitian Terdahulu:

Penelitian ini mengungkap adanya research gap terkait perbedaan hasil dalam studi sebelumnya mengenai pengaruh akuntabilitas dan sistem informasi akuntansi. Temuan ini menekankan perlunya penelitian lebih lanjut untuk mengklarifikasi hasil yang masih belum konsisten.

8.	Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web dan Knowledge Management terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Executive Support Sistem (ESS) For Business)	<p>Pendekatan Multidimensional: Makalah ini tidak hanya berfokus pada satu faktor yang memengaruhi kinerja karyawan, tetapi juga menganalisis tiga Faktor utama meliputi Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web, dan Knowledge Management yang saling berhubungan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang kinerja organisasi.</p> <p>Dasar Teoritis yang Kuat: Penulis mengacu pada referensi akademis dan penelitian terdahulu untuk mendukung argumen yang disampaikan, sehingga memberikan dasar yang kuat bagi klaim yang diajukan.</p> <p>Praktis dan Relevan: Dengan menjelaskan penerapan teknologi informasi dan sistem informasi berbasis web dalam konteks nyata, makalah ini memberikan wawasan praktis bagi perusahaan yang ingin meningkatkan kinerja karyawannya. Pembahasan ini mencakup bagaimana alat dan sistem tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas kerja sehari-hari karyawan.</p> <p>Penyajian Data yang Terstruktur: Penyajian informasi melalui kajian pustaka dan kesimpulan yang tersusun secara sistematis memudahkan pembaca dalam memahami topik serta temuan penelitian. Struktur yang jelas dalam makalah ini membantu pembaca dalam mengikuti alur penjelasan yang disampaikan.</p> <p>Kontribusi terhadap Penelitian Lanjutan: Makalah ini turut mengusulkan kemungkinan eksplorasi lebih lanjut mengenai pengaruh variabel lain terhadap kinerja karyawan, yang dapat menjadi dasar bagi studi selanjutnya dalam bidang ini.</p>	<p>Keterbatasan Penelitian Empiris: Meskipun makalah ini banyak mengacu pada kajian literatur dan teori, minimnya data empiris atau studi kasus konkret dapat menjadi kelemahan. Data yang lebih spesifik dapat memberikan bukti yang lebih kuat mengenai pengaruh variabel yang diteliti.</p> <p>Fokus yang Terlalu Umum: Pendekatan yang terlalu umum terhadap topik dapat mengurangi kedalaman analisis pada setiap variabel. Akan lebih bermanfaat jika penelitian berfokus secara lebih mendalam pada satu atau dua variabel tertentu daripada membahas semuanya secara sekilas.</p> <p>Variabel Tak Terukur: Beberapa faktor, seperti motivasi dan kepuasan karyawan, yang memengaruhi kinerja sering kali sulit diukur secara kuantitatif. Oleh karena itu, eksplorasi lebih mendalam terhadap aspek-aspek ini mungkin diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai interaksi mereka dengan teknologi informasi dan sistem lainnya.</p> <p>Konteks yang Terbatas: Penelitian ini tampaknya belum mempertimbangkan faktor kontekstual, seperti budaya organisasi atau karakteristik industri tertentu, yang dapat memengaruhi hasil. Faktor-faktor ini dapat memainkan peran penting dalam penerapan praktik manajerial di berbagai lingkungan.</p> <p>Keterbatasan Sumber dan Referensi: Untuk analisis yang lebih komprehensif, makalah ini sebaiknya mencakup lebih banyak referensi dari berbagai disiplin ilmu yang dapat memberikan perspektif berbeda tentang pengaruh teknologi informasi dan sistem manajemen terhadap kinerja karyawan.</p>	<p>relevan dalam menghubungkan penerapan teknologi informasi, sistem berbasis web, dan knowledge management dengan pengendalian internal, terutama dalam konteks Sistem Informasi Akuntansi. Dengan penggunaan teknologi yang tepat, seperti dalam ESS dan SIA, organisasi dapat memperkuat pengendalian internal, meningkatkan akurasi data keuangan, serta memberikan dukungan yang lebih baik dalam pengambilan keputusan strategis. Kinerja karyawan juga akan meningkat karena pengetahuan dan akses terhadap informasi yang lebih baik.</p>
----	--	--	---	---

Analisis jurnal dan artikel sebelumnya menunjukkan bahwa karyawan masih melakukan pencatatan, pemrosesan, dan pengelolaan informasi secara manual sebelum adanya kemajuan teknologi. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan, banyak organisasi mulai beralih ke teknologi informasi berbasis komputer.. Oleh karena itu, sistem akuntansi harus dibuat dengan baik untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dan memuaskan pengguna. (Dewi et al., 2020). Made (2015) juga berbicara tentang bagaimana kemajuan sistem informasi akuntansi telah membawa perubahan besar bagi individu maupun organisasi, yang ditandai dengan peningkatan penggunaan komputer dalam berbagai aktivitas bisnis. Untuk mengoptimalkan keuntungan, hampir semua bidang pekerjaan sekarang menerapkan sistem komputerisasi dengan tujuan meningkatkan efisiensi waktu dan efektivitas kerja guna memaksimalkan keuntungan. Perusahaan dapat merasakan dampak luas dari perkembangan sistem informasi akuntansi, termasuk peningkatan kinerja, kemudahan dalam penyusunan laporan, kemampuan untuk mendapatkan data informasi yang lebih akurat.

Dalam era perkembangan teknologi saat ini, pola pikir manusia telah berubah untuk menjadi lebih kreatif dan memulai banyak penemuan, salah satunya di bidang teknologi informasi. Teknologi Infomasi memungkinkan orang mendapatkan informasi dari berbagai sumber, seperti media cetak, elektronik, dan komunikasi, dan sekarang internet, yang menghilangkan tembok pembatas antara orang dan negara. Jika tembok pembatas informasi hilang, jumlah data infomasi yang masuk akan sangat besar. Karena itu organisasi membutuhkan sistem informasi untuk mengolah data informasi ini. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) itu sendiri adalah bagian sistem informasi akuntansi, yang bertugas menyediakan informasi keuangan serta data lain yang dibuat selama proses akuntansi rutin. Sistem informasi akuntansi melakukan berbagai tugas untuk menghasilkan informasi yang relevan, seperti mencatat infomasi ekonomi, memproses dan menganalisis data, dan menyajikan laporan keuangan sebagai informasi kuantitatif. (Lukiman & Lestarianto, 2016).

Diharapkan bahwa data akan membantu sistem perusahaan bekerja lebih baik. Suatu indikator yang menggambarkan tingkat efektivitas sistem informasi akuntansi dalam mencapai tujuannya dengan memanfaatkan sumber daya yang dirancang untuk mengumpulkan, memproses, dan menyimpan data digital, serta mengubahnya menjadi informasi yang berguna dan menyajikan laporan formal secara tepat waktu. Sistem informasi akuntansi dianggap efektif jika informasi yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Semakin tinggi efektivitas sistem informasi akuntansi, maka semakin meningkat pula kinerja yang dihasilkan (Suryawan & Suaryana, 2018). Kehidupan bisnis bergantung pada sistem pengendalian internal. Tidak diragukan lagi, pengendalian internal perusahaan yang baik akan berdampak pada produktivitas dan kinerja karyawan. Kinerja atau prestasi adalah hasil yang dapat dicapai oleh individu atau kelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab mereka untuk mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika. (Putra et al., 2023).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknologi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dapat meningkatkan pengendalian internal suatu perusahaan. Teknologi ini dapat membantu dalam proses pecatatan, pemrosesan dan pelaporan laporan keuangan dengan cepat dan akurat
2. Pemahaman penggunaan Teknologi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) bergantung pada kemampuan pengguna untuk menggunakan teknologi informasi. Pemahaman pengguna teknologi informasi akuntansi sangat penting untuk keberhasilan sistem
3. Penggunaan Teknologi Sistem Informasi Akuntansi masih terdapat tantangan dalam penerapannya seperti, kurangnya sumber daya manusia yang paham terhadap penggunaan Teknologi SIA, kurangnya sosialisasi dan pelatihan tentang penggunaan Teknologi SIA

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, berikut adalah saran atau rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Meningkatkan kebijakan Pengendalian Internal, untuk meningkatkan kebijakan pengendalian internal manajemen perusahaan harus menetapkan peraturan dan prosedur yang lebih ketat
2. Meningkatkan Integrasi Teknologi Informasi, Perusahaan dapat meningkatkan integrasi teknologi informasi dengan menggabungkan SIA dengan sistem lainnya untuk membuat teknologi digital yang lebih efektif untuk pengelolaan data dan pengambilan keputusan
3. Memberikan Pelatihan tentang penggunaan Teknologi SIA, perusahaan dapat memberikan pelatihan berkala kepada pengguna untuk meningkatkan pemahaman pengguna tentang Teknologi SIA dan bagaimana menggunakannya untuk meningkatkan kinerja dan pengendalian internal

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, A., Afrizal, A., & Wahyudi, I. (2020). Pengaruh Efisiensi Kerja, Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi, Penggunaan Teknologi Informasi dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Individual di PT. POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Jambi. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 5(3), 192–202. Retrieved from <https://online-journal.unja.ac.id/jaku/article/view/10810>
- Lasso, A. B., & Ngumar, S. (2022). Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT. Brother Silver. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(11), 1–15.
- Lukiman, R., & Lestarianto, J. W. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Pemanfaatan Sistem Informasi, Efektivitas Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Kepercayaan Atas Teknologi Sistem Informasi Akuntansi, Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individu Karyawan. *Ultimaccounting: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 8(2), 46–65. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v8i2.581>
- Made, S. I. (2021). *Penentu Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntasi Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan*. Prosiding Simposium Nasional Akuntasi Vokasi ke-4. Manado.
- Putra, D. R., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 685–692. <https://doi.org/10.37151/jsma.v1i2.5>
- Putri, S. D., Kuntadi, C., Pramukty, R., Ekonomi, M. F., Bisnis, D., Bhayangkara, U., ... Fakultas Ekonomi, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi: Partisipasi Pemakai Sistem Informasi Akuntansi, Kemampuan Pemakai Sistem Informasi Akuntansi, Ukuran Organisasi, dan Program Pelatihan Pendidikan. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 2986–6340. Retrieved from <https://doi.org/10.5281/zenodo.8044448>
- Riniwati, H. (2021). *Mendongkrak Motivasi dan Kinerja: Pendekatan Pemberdayaan SDM*. Malang.
- Suryawan, K. I., & Suaryana, I. G. N. A. (2024). Pengaruh Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Individual Dengan Insentif Sebagai Variabel Pemoderasi Pada LPD. *Jurnal Akuntansi*, 23, 871. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p03>