



p-ISSN 2828-707X
e-ISSN 2829-0917

VOL 5 Nomor. 1 Januari 2026

FLURALIS

Faletehan Jurnal Ekonomi dan Bisnis



Diterbitkan oleh :
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Faletehan

J.FLURALIS

VOLUME

5

NOMOR

1

HALAMAN

1 - 76

PERIODE

Januari

TAHUN

2026



FLURALIS®

FALETEHAN JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

FALETEHAN JURNAL
EKONOMI DAN BISNIS

VOL 5 Nomor. 1 Januari 2026

p-ISSN 2828-707X

e-ISSN 2829-0917

FLURALIS

Jurnal yang berisi tentang hasil penelitian, gagasan konseptual, kajian dan aplikasi teori, tinjauan kepustakaan, resensi buku baru, dan tulisan praktis dalam bidang ekonomi dan bisnis. Jurnal yang meliputi topik terkait berupa Bisnis dan Manajemen, kewirausahaan, keuangan, manajemen sumber daya manusia, pemasaran, operasi asuransi, bisnis internasional, logistik, sistem informasi manajemen, manajemen strategi, produksi, tata kelola perusahaan yang baik, manajemen manufaktur, manajemen publik dan nirlaba, kontrol kualitas, manajemen perpajakan, dan topik terkaitlainnya.

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Pimpinan Redaksi

Suhroji Adha, SE.,MM

Ketua Dewan Redaksi

Mira Nurhikmat, SE.,MM

Anggota Dewan Redaksi

1. Dr. Ir. Uli Wildan Nuryanto, ST, MM, IPM, CHRA, ASCA
Universitas Bina Bangsa
2. Enji Azizi, SE.,MM
Universitas Faletihan
3. Djaka Adiwinata, SE.,MM
Universitas Faletihan
4. Irawan, MM
Universitas Faletihan
5. Heri Sapari Kahp, SE.,MM
(Universitas Banten)
6. Vadilla Mutia Zahara, SE.,ME
(Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)
7. Nafiudin, SE.,MM
(Universitas Serang Raya)
8. Amelia Anwar, SEI.,ME
(Universitas Mitra Indonesia)



FLURALIS®

FALETEHAN JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

FALETEHAN JURNAL
EKONOMI DAN BISNIS

VOL 5 Nomor. 1 Januari 2026

p-ISSN 2828-707X

DAFTAR ISI

e-ISSN 2829-0917

APENGARUH PELATIHAN, BUDAYA ORGANISASI DAN KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. SHIN HWA BIZ CIKANDE-SERANG

Ade Fauji, Silfi Purnama Nur2 (Hal 1-11)

PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN TRANSAKSI CASHLESS (STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA BOGOR)

Rizal Riyadi, Didit Pradipto, Eliza Arshandy, Debi Eka Putri (Hal : 12- 22)

ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERDASARKAN RASIO LIKUIDITAS PADA PT SMARTFREN TELECOM TBK TAHUN 2020-2024

Neneng Mulyaningsih, Yulaikah, M. Lukman (Hal 23-27)

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM BAKSO GORENG DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS DAN ANALISIS SWOT

Shahreza, Fratica Ayu (Hal 28-37)

EFISIENSI PENGGUNAAN QRIS DALAM TRANSAKSI PEMBAYARAN PADA UMKM DI KABUPATEN SERANG

Habil Febrian, Hero Wirasmara Kusuma, (Hal 38-44)

PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI IPHONE DI KOTA CILEGON

Muhamad Fulaisum Firdaus, Teddy Aprilliadi, Laili Yuni Arifatul Fadhilah, (Hal 45-53)

ANALISIS PENGARUH MODAL INTELEKTUAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN RISIKO SEBAGAI VARIABEL MODERASI.

Fellisha Angelica Lie, Gabriel Prananingrum Aryanindita, Caecilia Atmini Susilandari, (Hal : 54-63)

ANALISIS KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH INDONESIA SETELAH MERGER

Faisal Amri, Asti Isnaeni, Nailatul Sitiqomah, Arsih Afiana, (Hal 64-71)

PENGARUH SKILL DIGITAL TERHADAP PENGANGGURAN GENERASI MUDA DI KOTA SERANG

Devi Wardiyanti, Didi Wandu (Hal 72-76)

PENGARUH PELATIHAN, BUDAYA ORGANISASI DAN KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. SHIN HWA BIZ CIKANDE-SERANG

Ade Fauji¹

adefauji1@gmail.com

Silfi Purnama Nur²

Silvipurnamanur@gmail.com

Universitas Bina Bangsa¹⁻²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of training, organizational culture, and work-life balance on employee performance at PT. Shin Hwa Biz Cikande-Serang. This study uses a quantitative approach. The sampling technique used is probability sampling and stratified sampling. With a population of 350 employees, the researcher used the Slovin formula to determine the minimum sample size with a margin of error of 10%, resulting in a minimum sample size of 78 respondents. Data sources were obtained from primary data by distributing questionnaires. This research was processed using smartPLS version 4.1. The results of this study indicate that training does not have a significant impact on employee performance. Organizational culture has a significant impact on employee performance. Work-life balance does not significantly impact employee performance. Training, organizational culture, and work-life balance collectively influence employee performance, with an adjusted R-squared value of 0.861, or 86.1%, with the remaining 0.139, or 13.9%, being influenced by other factors. This demonstrates that the higher the training, organizational culture, and work-life balance, the better the employee performance.

Keywords: Training, Organizational Culture, Work-Life Balance, Employee Performance.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja terhadap kinerja karyawan di PT. Shin Hwa Biz Cikande-Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Probability Sampling dan menggunakan Stratified Sampling. Dengan populasi sebanyak 350 karyawan, dimana untuk menentukan ukuran minimal sampel peneliti menggunakan rumus slovin dengan margin of error sebesar 10% sehingga di dapatkan minimal responden berjumlah 78 responden. Sumber data diperoleh dari data primer dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini diproses dengan menggunakan smartPLS versi 4.1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Keseimbangan kehidupan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan dengan nilai R-square Adjusted sebesar 0,861 atau sebesar 86,1% dan sisanya sebesar 0,139 atau 13,9% dipengaruhi faktor lain. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja maka kinerja karyawan akan semakin baik.

Kata Kunci: Pelatihan, Budaya Organisasi, Keseimbangan Kehidupan Kerja, Kinerja Karyawan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada saat ini banyak perusahaan yang sedang menghadapi berbagai persoalan dan tantangan yang sangat besar, khususnya dalam hal manajemen sumber daya manusia yang dimiliki setiap perusahaan. Sumber daya manusia memegang peran yang sangat penting dalam industri karena merupakan penggerak segala aktivitas dan kegiatan dalam mencapai tujuannya, antara lain memperoleh keuntungan dan mempertahankan kelangsungan hidup industri. Dalam mengelola sumber daya manusia di sebuah perusahaan, dibutuhkan tim manajemen yang profesional, mampu memahami berbagai masalah yang dihadapi karyawan, serta mampu menyelesaikan masalah tersebut secara efektif.

Faktor yang berkontribusi penting terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengatasi tantangan pasar adalah kinerja karyawan. Menurut Sutrisno dalam (Darsana & Wardana, 2023:60) mengemukakan kinerja karyawan adalah prestasi yang diperoleh seseorang dalam melakukan tugas, oleh karena itu keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan tergantung dari seberapa baik kinerja karyawan yang dimiliki.

Untuk itu penting bagi manajemen bisnis untuk memahami dan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi kinerja karyawan. Salah satu faktor penting yang berkontribusi terhadap peningkatan kinerja karyawan adalah pelatihan. Menurut (Kasmir, 2019:126) Pelatihan merupakan proses yang dilakukan untuk membentuk dan membekali karyawan dengan cara menambah keahlian, kemampuan, pengetahuan dan perilakunya. Pelatihan dapat meliputi perubahan sikap sehingga karyawan dapat melakukan pekerjaannya secara efektif. Pelatihan bisa

dilakukan pada semua tingkatan dalam organisasi.

Faktor lain yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kinerja karyawan adalah budaya organisasi. Budaya organisasi menurut Robbins & Judge dalam (Sulaksono, Hari 2015:2) budaya organisasi menunjukkan suatu sistem makna bersama yang dimiliki oleh anggota yang membedakan organisasi dari organisasi lain.

Dalam lingkungan kerja yang semakin kompetitif dan tuntutan yang terus meningkat, menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi menjadi tantangan yang semakin mendesak. Menurut (Norman, 2024:152) keseimbangan kehidupan kerja (Work life balance) adalah konsep yang mengacu pada keadaan dimana individu dapat mengelola dan memenuhi kebutuhan serta tanggung jawab mereka di tempat kerja dan dalam kehidupan pribadi secara harmonis.

PT. Shin Hwa Biz ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan out sol sepatu dan satu-satunya perusahaan out sol sepatu yang masih eksis di daerah kabupaten serang ini. PT. Shin Hwa Biz ini berlokasi di kawasan cikande modern kec. Kibin kab. Serang-banten. PT. Shin Hwa Biz berdiri pada tanggal 1 April 2011. Jumlah karyawan pada PT. SHB tahun 2019 berjumlah 1.200 orang, dan saat ini berjumlah 350 orang, akan tetapi seluruh karyawan di PT. SHB ini di angkat menjadi karyawan tetap.

Selain dari pelatihan, budaya organisasi dalam perusahaan tersebut juga masih belum tercermin dalam perilaku sehari-hari karyawan, dan juga kurangnya pemahaman dan penilaian nilai-nilai budaya organisasi yang menyebabkan identitas kolektif yang lemah di antara karyawan. Ketidakseimbangan antara tuntutan kerja dan

kebutuhan pribadi juga menyebabkan tekanan psikologis dan kelelahan pada karyawan sehingga mempengaruhi kinerja dan produktivitas.

LANDASAN TEORI

Kinerja Karyawan

Menurut Sutrisno dalam (Darsana & Wardana, 2023:60) mengemukakan kinerja karyawan adalah prestasi yang diperoleh seseorang dalam melakukan tugas, oleh karena itu keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan tergantung dari seberapa baik kinerja karyawan yang dimiliki. Aaker (1997) juga mengemukakan piramida untuk mengukur Brand awareness (kesadaran merek) dari tingkat terendah hingga paling tinggi adalah.

Menurut Sutrisno dalam (Harahap & Tirtayasa, 2020) bahwa terdapat lima indikator kinerja karyawan yaitu :

1. Hasil kerja, yaitu meliputi tingkat kuantitas maupun kualitas yang telah dihasilkan dan sejauh mana pengawasan.
2. Pengetahuan pekerjaan, yaitu pengetahuan yang terkait dengan tugas pekerjaan yang akan berpengaruh langsung terhadap kuantitas dan hasil kerja.
3. Inisiatif, yaitu tingkat inisiatif selama melaksanakan tugas pekerjaan khususnya dalam hal penanganan masalah-masalah yang timbul.
4. Sikap yaitu semangat kerja serta sikap positif dalam melaksanakan tugas pekerjaan.
5. Disiplin waktu dan absensi yaitu ketepatan waktu dan tingkat kehadiran.

Pelatihan

Menurut Kasmir (2019: 126) Pelatihan merupakan proses yang dilakukan untuk membentuk dan membekali karyawan dengan cara menambah keahlian, kemampuan, pengetahuan dan perilakunya. Pelatihan dapat meliputi perubahan sikap sehingga karyawan dapat melakukan pekerjaannya secara efektif. Pelatihan bisa dilakukan pada semua tingkatan dalam organisasi.

Menurut kasmir (2016:128) Indikator pelatihan kerja karyawan adalah sebagai berikut :

1. Akan memiliki kemampuan
2. Sikap dan mental karyawan
3. Kerja sama
4. Disiplin kerja
5. Perilaku karyawan
6. Jenjang karir
7. Loyalitas dan rasa memiliki
8. Pengetahuan baru

Budaya Organisasi

Menurut Robbins & Judge dalam (Sulaksono, Hari 2015:2) budaya organisasi menunjukkan suatu sistem makna bersama yang dimiliki oleh anggota yang membedakan organisasi dari organisasi lain.

Menurut Sulaksono Hari (2015:15) indikator budaya organisasi sebagai berikut :

1. Inovatif memperhitungkan risiko
2. Berorientasi pada hasil
3. Berorientasi pada semua kepentingan karyawan
4. Berorientasi detail pada tugas

Keseimbangan Kehidupan Kerja

Menurut (Norman, 2024:152) keseimbangan kehidupan kerja yang

mengacu pada keadaan di mana individu dapat mengelola dan memenuhi kebutuhan serta tanggung jawab mereka di tempat kerja dan dalam kehidupan pribadi secara harmonis.

Menurut Husdon dalam (Tri Sofya Ningsih & Hermiati, 2023) indikator keseimbangan kehidupan kerja ada tiga, yaitu sebagai berikut :

1. Keseimbangan waktu
2. Keseimbangan keterlibatan
3. Keseimbangan kepuasan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif korelasional, yaitu salah satu penelitian yang dirancang untuk mendapatkan informasi tentang pengaruh antara variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi dengan cara membandingkan standar yang sudah dipilih atau ditentukan dengan bantuan kuesioner, dimana respondennya adalah karyawan PT. Shin Hwa Biz. Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di PT. Shin Hwa Biz Cikande-Serang yang berjumlah 350 karyawan.

Dalam menentukan berapa ukuran sampel minimal yang harus diambil dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin :

$$\eta = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- N : Ukuran Populasi
n : Ukuran Sampel
e : Presentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir.

Dimana :

$$\frac{350}{1 + 350 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{350}{1 + 350 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{350}{1 + (3,5)}$$

$$n = \frac{350}{4,5} = 77,7 \approx 78$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh besarnya sampel sebanyak 77,7 dan dibulatkan menjadi 78 responden atau karyawan di PT. Shin Hwa Biz Cikande-Serang. Data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan Software *Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS versi 4.1.1.*

HIPOTESIS PENELITIAN

- H1 : Diduga terdapat pengaruh pelatihan secara langsung terhadap kinerja karyawan.
H2 : Diduga terdapat pengaruh budaya organisasi secara langsung terhadap kinerja karyawan.
H3 : Diduga terdapat pengaruh keseimbangan kehidupan kerja secara langsung terhadap kinerja karyawan.
H4 : Diduga pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja bersama-sama berpengaruh secara langsung terhadap kinerja karyawan

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif. Penelitian ini berfokus pada analisis kinerja keuangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) selama periode 2019-2021, dengan metode analisis common size. Objek penelitian ini adalah perusahaan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero), sedangkan subjek penelitiannya adalah laporan neraca dan

laporan laba rugi.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari laporan keuangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) melalui situs resmi. Data ini mencakup laporan neraca dan laporan laba rugi dalam periode yang diteliti.

3. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik deskriptif. Data yang telah dikumpulkan akan dihitung menggunakan rumus common size, kemudian diinterpretasikan untuk menggambarkan keadaan keuangan perusahaan dan disimpulkan berdasarkan hasil analisis. Data yang diperoleh akan memberikan wawasan mengenai kondisi keuangan perusahaan, serta penyebab fluktuasi yang mungkin terjadi selama periode yang dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Evaluasi Model Pengukuran

(Outer Model)

Convergent Validity

Convergent validity berhubungan dengan prinsip bahwa variabel manifes dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji convergent validity dengan software PLS dapat dilihat dari nilai loading factor untuk tiap indikator konstruk, Untuk melihat indikator pada penelitian ini valid atau tidak dapat dilihat dari nilai loading faktor. adapun untuk menilai convergent validity nilai loading factor harus lebih dari 0,5-0,6 tergolong cukup, sedangkan jika lebih besar dari 0,7 maka dikatakan tinggi.

Loading Factor Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Loading Faktor	Standar Loading	Keterangan
Kinerja Karyawan (Y)	Hasil Kerja	Y1	0,751	0,5	Valid
		Y2	0,779	0,5	Valid
	Pengetahuan Pekerjaan	Y3	0,872	0,5	Valid
		Y4	0,844	0,5	Valid
	Inisiatif	Y5	0,815	0,5	Valid
		Y6	0,847	0,5	Valid
	Sikap	Y7	0,793	0,5	Valid
		Y8	0,856	0,5	Valid
	Disiplin Waktu dan Absensi	Y9	0,858	0,5	Valid
		Y10	0,836	0,5	Valid

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Loading Factor Variabel Pelatihan (X1)					
Variabel	Dimensi	Indikator	Loading Faktor	Standar Loading	Keterangan
Pelatihan (X1)	Memiliki Kemampuan	X1.1	0,805	0,5	Valid
		X1.2	0,818	0,5	Valid
	Sikap Dan Mental Karyawan	X1.3	0,793	0,5	Valid
		X1.4	0,813	0,5	Valid
	Kerja Sama	X1.5	0,775	0,5	Valid
		X1.6	0,820	0,5	Valid
	Disiplin Kerja	X1.7	0,769	0,5	Valid
		X1.8	0,794	0,5	Valid
	Perilaku Karyawan	X1.9	0,845	0,5	Valid
		X1.10	0,820	0,5	Valid
	Jenjang Karir	X1.11	0,828	0,5	Valid
		X1.12	0,833	0,5	Valid
	Loyalitas Dan Rasa Memiliki	X1.13	0,809	0,5	Valid
		X1.14	0,811	0,5	Valid
	Pengetahuan Baru	X1.15	0,773	0,5	Valid
		X1.16	0,882	0,5	Valid

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Loading Factor Variabel Budaya Organisasi (X2)					
Variabel	Dimensi	Indikator	Loading Faktor	Standar Loading	Keterangan
Budaya Organisasi (X2)	Inovatif memperhatikan risiko	X2.1	0,825	0,5	Valid
		X2.2	0,895	0,5	Valid
	Berorientasi Pada Hasil	X2.3	0,880	0,5	Valid
		X2.4	0,834	0,5	Valid
	Berorientasi pada Semua Kepentingan Karyawan	X2.5	0,863	0,5	Valid
		X2.6	0,794	0,5	Valid
	Berorientasi Detail Pada Tugas	X2.7	0,874	0,5	Valid
		X2.8	0,875	0,5	Valid

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Loading Factor Variabel Keseimbangan Kehidupan Kerja (X3)

Variabel	Dimensi	Indikator	Loading Faktor	Standar Loading	Keterangan
Keseimbangan Kehidupan Kerja (X3)	Keseimbangan Waktu	X3.1	0,818	0,5	Valid
		X3.2	0,704	0,5	Valid
	Keseimbangan keterlibatan	X3.3	0,915	0,5	Valid
		X3.4	0,888	0,5	Valid
	Keseimbangan kepuasan	X3.5	0,804	0,5	Valid
		X3.6	0,873	0,5	Valid

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan hasil uji convergent validity dan dilihat dari nilai loading factor yang mana nilai loading factor untuk setiap konstruk baik dari pelatihan, budaya organisasi, keseimbangan kehidupan kerja, dan kinerja karyawan memiliki nilai loading factor > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwasannya indikator pada setiap konstruk penelitian ini valid.

Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas konstruk diukur dengan *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk.

Berikut ini adalah hasil pengujian *composite reliability* dan *cronbach's alpha*

dari SmartPLS sebagai berikut:

Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha	Composite Reliability
Budaya Organisasi	0,947	0,948
Keseimbangan Kehidupan Kerja	0,913	0,919
Kinerja Karyawan	0,948	0,948
Pelatihan	0,966	0,970

Sumber : *Output SmarPLS 4.1 (2025)*

Konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki nilai composite reliability di atas 0,70 dan cronbach's alpha di atas 0,60. Dari hasil output SmartPLS di atas semua konstruk memiliki nilai composite reliability di atas 0,70 dan cronbach's alpha di atas 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang disyaratkan.

R-Square (R2)

R-square digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel laten dependen apakah terdapat pengaruh yang substantif. Nilai R-square kecil = 0,19, sedang = 0,33, besar = 0,67. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan software SmartPLS 4.1 diperoleh hasil sebagai berikut:

Nilai R-Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Kinerja Karyawan	0,867	0,861

Sumber : *Output SmarPLS 4.1 (2025)*

Berdasarkan tabel 4.39 diatas, nilai R-square konstruk kinerja karyawan (Y)

sebesar 0,867. Menunjukkan bahwa kinerja karyawan (Y) secara simultan mampu menjelaskan *variability* konstruk pelatihan (X1), budaya organisasi (X2), keseimbangan kehidupan kerja (X3) sebesar 0,867 atau 86,7%, dapat disimpulkan memiliki pengaruh besar, dan sisanya sebesar 13,3% dipengaruhi faktor lain.

Analisis Predictive Relevance (Q2)

Jika $Q2 > 0,05$ nilai model konstruk baik, $Q2 < 0,05$ nilai model konstruk tidak baik. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan software SmartPLS 4.1 metode Blindfolding diperoleh hasil sebagai berikut:

Construct Crossvalidated Redundancy

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Pelatihan	1248,000	1248,000	0,000
Budaya Organisasi	624,000	624,000	0,000
Keseimbangan Kehidupan Kerja	468,000	468,000	0,000
Kinerja Karyawan	780,000	327,064	0,581

Sumber : *Output SmarPLS 4.1 (2025)*

Berdasarkan tabel 4.40 diatas, untuk nilai Q2 variabel kinerja karyawan (Y) sebesar 0,581, dapat diartikan nilai $Q2 = 0,581 > 0,05$, dapat disimpulkan nilai model konstruk baik.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Efek Secara Langsung

1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan

Uji-t X1 -> Y

	Original Sample	T-statistics	T-table	P-values	Keterangan	Kesimpulan
X1 -> Y	- 0.01	0.218	1.96	0.828	Ho Diterima	Tidak Signifikan

	7				
--	---	--	--	--	--

Sumber : *Output SmarPLS 4.1 (2025)*

Pada tabel 4.42 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji pengaruh secara langsung pelatihan terhadap kinerja karyawan menunjukkan nilai koefisien jalur (original sample) -0.017, dengan nilai t-statistik $0.218 < 1,96$ dan nilai signifikansi p-values sebesar $0.828 > 0,05$. Hasil ini berarti menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara langsung pelatihan terhadap kinerja karyawan di Shin Hwa Biz Cikande-Serang. Hipotesis pertama ditolak.

2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan

Uji-t X2 → Y

	Original Sample	T-statistics	T-table	P-values	Keterangan	Kesimpulan
X2 → Y	0.863	10.999	1,96	0.000	Ha Diterima	Signifikan

Sumber : *Output SmarPLS 4.1 (2025)*

Pada tabel 4.43 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji pengaruh secara langsung budaya organisasi terhadap kinerja karyawan menunjukkan nilai koefisien jalur (original sample) 0.863, dengan nilai t-statistik $10.999 > 1,96$ dan nilai signifikansi p-values sebesar $0.000 < 0,05$. Hasil ini berarti menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara langsung budaya organisasi terhadap kinerja karyawan di Shin Hwa Biz Cikande-Serang. Hipotesis kedua diterima.

3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung Keseimbangan Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Uji-t X3 → Y

	Original Sample	T-statistics	T-table	P-values	Keterangan	Kesimpulan
X3 → Y	0,092	0,831	1,96	0,406	Ho Diterima	Tidak Signifikan

Sumber : *Output SmarPLS 4.1 (2025)*

Pada tabel 4.44 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji pengaruh secara langsung keseimbangan kehidupan kerja terhadap kinerja karyawan menunjukkan nilai koefisien jalur (original sample) 0.092, dengan nilai t-statistik $0,831 < 1,96$ dan nilai signifikansi p-values sebesar $0.406 > 0,05$. Hasil ini berarti menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara langsung keseimbangan kehidupan kerja terhadap kinerja karyawan di Shin Hwa Biz Cikande-Serang. Hipotesis ketiga ditolak.

4. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung Secara Bersama-Sama Pelatihan, Budaya Organisasi Dan Keseimbangan Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan.

Pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja berpengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan, dan didapatkan nilai R-square Adjusted sebesar 0,861 atau sebesar 86,1% dan sisanya sebesar 0,139 atau 13,9% dipengaruhi faktor lain. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja maka kinerja karyawan akan semakin baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Langsung Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan

Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara langsung pelatihan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan

pada PT. Shin Hwa Biz. Hal ini dibuktikan berdasarkan bahwa analisis statistik dengan nilai koefisien jalur (original sampel) sebesar -0.017 . Membuktikan bahwa pelatihan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan berdasarkan nilai t-statistik sebesar 0.218 dan nilai P-value sebesar 0.828 .

2. Pengaruh Langsung Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara langsung budaya organisasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Shin Hwa Biz. Hal ini dibuktikan berdasarkan analisis statistik dengan nilai koefisien jalur (original sampel) sebesar 0.863 yang dapat diartikan adanya pengaruh dari kinerja karyawan. Dan membuktikan bahwa budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan berdasarkan nilai t-statistik sebesar 10.999 dan nilai P-value sebesar 0.000

3. Pengaruh langsung keseimbangan kehidupan kerja terhadap kinerja karyawan

Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa secara langsung keseimbangan kehidupan kerja mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Shin Hwa Biz. Hal ini dibuktikan berdasarkan analisis statistik dengan nilai koefisien jalur (original sampel) sebesar $0,092$. Dan membuktikan bahwa keseimbangan kehidupan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan berdasarkan nilai t-statistik sebesar $0,831$ dan nilai P-value sebesar 0.406 .

4. Pengaruh langsung secara bersama-sama pelatihan, budaya organisasi dan

keseimbangan kehidupan kerja terhadap kinerja karyawan

Pengujian hipotesis ke empat menunjukkan bahwa secara bersama-sama dari nilai R-square didapatkan pengaruh secara bersama-sama pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja berpengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan, dan didapatkan nilai R-square Adjusted sebesar $0,861$ atau sebesar $86,1\%$ dan sisanya sebesar $0,139$ atau $13,9\%$ dipengaruhi faktor lain. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja maka kinerja karyawan akan semakin baik.

Analisis Common Size terhadap laporan keuangan periode 2019-2021 menunjukkan bahwa:

Aset Lancar: terdapat fluktuasi dengan kontribusi 25% pada tahun 2019, menurun menjadi 23% pada tahun 2020, dan meningkat kembali menjadi 27% pada tahun 2021. Peningkatan kas dan setara kas dari 17% menjadi 23% menunjukkan perbaikan likuiditas perusahaan.

Aset Tidak Lancar: struktur aset didominasi oleh aset tidak lancar yang berkisar $73\%-77\%$ dari total aset, terutama disebabkan oleh properti investasi dan aset tetap yang diperlukan dalam industri transportasi.

Struktur Liabilitas: proporsi liabilitas terhadap total aset stabil di kisaran $15\%-16\%$, menunjukkan manajemen utang yang baik. Liabilitas jangka pendek mengalami penurunan 3% menjadi 8% .

Ekuitas: rasio ekuitas terhadap total aset berkisar $84\%-85\%$, menunjukkan soliditas keuangan yang kuat. Peningkatan modal saham di tahun 2021 mencerminkan

kepercayaan investor di tengah pemulihan.

Profitabilitas: meskipun terjadi tekanan pada laba bersih yang turun ke 6% di tahun 2020, rasio tersebut meningkat kembali menjadi 9% pada tahun 2021, mencerminkan perbaikan efisiensi operasional dan pemulihan pendapatan seiring dengan pulihnya aktivitas ekonomi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Secara langsung pelatihan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Shin Hwa Biz. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai koefisien jalur -0.017 , dengan nilai t-statistik $0.218 < t\text{-tabel } 1,96$ dan nilai signifikansi p-values sebesar $0.828 > 0,05$. Maka H_0 diterima H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak semua karyawan mengikuti pelatihan untuk mengembangkan skill dan mengatasi berbagai masalah yang ada, maka pelatihan tidak menjamin akan meningkatkan kinerja karyawan dengan memberikan komitmen terhadap perusahaan.
2. Secara langsung terdapat pengaruh antara budaya organisasi terhadap kinerja karyawan, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai koefisien jalur (original sample) 0.863 , dengan nilai t-statistik $10.999 > t\text{-tabel } 1,96$ dan nilai signifikansi p-values sebesar $0.000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini menunjukkan budaya organisasi yang tepat dalam penerapannya akan mampu

memajukan dan mengembangkan organisasi, karena karyawan akan melaksanakan tugas sesuai dengan peraturan dan standar yang telah ditetapkan. Ketaatan karyawan tersebut akan menimbulkan kinerja karyawan yang bagus bagi perusahaan. Yang berarti budaya organisasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

3. Secara langsung keseimbangan kehidupan kerja mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Shin Hwa Biz. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai koefisien jalur 0.092 , dengan nilai t-statistik $0,831 < t\text{-tabel } 1,96$ dan nilai signifikansi p-values sebesar $0.406 > 0,05$. Maka H_0 Diterima H_a Ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa dalam beberapa lingkungan kerja, keseimbangan kehidupan kerja yang baik tidak selalu menghasilkan peningkatan kinerja. Hal ini bisa terjadi karena sistem kerja, manajemen, atau budaya organisasi tidak memberikan ruang bagi karyawan untuk menerapkan potensi terbaiknya, meskipun karyawan merasa seimbang secara pribadi. Yang berarti keseimbangan kehidupan kerja menjadi kondisi yang mendukung, tetapi bukan jaminan terhadap terciptanya kinerja yang unggul.

Secara langsung pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja terhadap kinerja mempunyai pengaruh langsung secara bersama-sama, didapatkan nilai R-square Adjusted sebesar $0,861$ atau sebesar $86,1\%$ dan sisanya sebesar $0,139$ atau $13,9\%$ dipengaruhi faktor lain. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi

pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja maka kinerja karyawan akan semakin baik. Pelatihan, budaya organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja yang baik akan membuat karyawan lebih meningkatkan kinerjanya. Artinya untuk meningkatkan kinerja karyawan maka, perlu dilakukan pelatihan secara intensif yang dilakukan oleh pihak perusahaan dan nilai-nilai budaya organisasi dalam kegiatan di dalam organisasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Betty arli sonti. (2022). budaya organisasi, manajemen konflik, keadilan prosedural dan kepuasan pada pekerjaan (pertama). publica indonesia utama. <https://books.google.co.id/books?id=sDd9EAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=QcO9dS6mP8&dq=budaya organisasi%2C manajemen konflik%2C keadilan prosedural dan kepuasan pada pekerjaan%2C batty arli&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q=budaya organisasi, manajemen konflik, keadilan prosedural dan kepuasan pada pekerjaan, batty arli&f=false>
- Darsana, I. M., & Wardana, M. A. (2023). kinerja karyawan berbasis organizational citizenship behavior, kepribadian dan budaya organisasi (pertama). CV. Intelektual Manifes Media. https://www.google.co.id/books/edition/kinerja_karyawan_berbasis_organizational/d0vheaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&pg=PP1&printsec=frontcover
- Dessler. (2020). Human Resource Management (Cetakan ke).
- Dr. Meithiana Indrasari, s. t. m. m., benyamin pintakhari, s. t. m. m., & ida ayu nuh kartini, s. e. m. m. (2018). evaluasi kinerja pegawai : Tinjauan Aspek Kompensasi, Komunikasi Dan Jenjang Karier (pertama). Zifatama Jawara. https://www.google.co.id/books/edition/Evaluasi_Kinerja_Pegawai_Tinjauan_Aspek/Fxixexaaqbaj?hl=id&gbpv=1&pg=PA1&printsec=frontcover
- Enny, M. (2019). Manajemen sumber daya manusia. UBHARA Manajemen Press.
- Fauji, A. (2025). Cara Praktis Olah Data Penelitian Kuantitatif Dengan SMARTPLS 4.1. Serang: CV.AA.RIZKIY.
- Furtasan Ali Yusuf & Budi Ilham Maliki. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia (pertama). RajaGravindo Persada. <https://doi.org/978-623-231-494-8>
- Furtasan Ali Yusuf & Budi Ilham Maliki. (2021). Perilaku Organisasi (cetakan ke-1). PT. Raja Grafindo Persada.
- Hardani. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Cetakan ke-1). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hasibuan. (2018). organisasi dan motivasi. Bum aksara.
- Ismail Nurdin, S. H. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Media Sahabat Cendekia. https://www.google.co.id/books/edition/metodologi_penelitian_sosial/tredwaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=Metodologi Penelitian Sosial&pg=PR2&printsec=frontcover
- Jogiyanto. (2017). Sistem Teknologi Informasi. Andi.
- Kasmir. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Praktik. PT. Raja Grafindo Persada.
- Manap, A. (2025). Perilaku Organisasi Perusahaan. Alungcipta. <https://books.google.co.id/books?id>

- =d6tfEQAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id
&pg=PA321#v=onepage&q&f=fals
e
- Norman, E. (2024). Human Relatinship Management (pertama). Publica IndonesiaUtama.
https://www.google.co.id/books/edit ion/Human_Relationship_Managem ent/8SorEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&pg=PR4&printsec=frontcover
- Nurfitriani, M. M. (2022). Manajemen Kinerja Karyawan (pertama). CendekiaPublisher.
https://www.google.co.id/books/edit ion/Manajemen_Kinerja_Karyawan/ hSedEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1& pg=PR2&printsec=frontcover
- Pabundu, M. (2016). budaya organisasi dan peningkatan kinerja karyawan. Bumi Aksara.
- Saring. (2022). Peningkatan Kinerja Guru (pertama). Media Nusa Creative.
- Septiani. (2024). Manajemen Kompensasi. CV. sada kurnia pustaka.
- Septiani, T. A., & Ikhwan, K. (2021). Pengaruh Pelatihan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Warta Dharmawangsa*, 15(4), 468–486.
- <https://doi.org/10.46576/wdw.v15i4.1522>
- Sugiono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif,Kuantitatif dan R&D (cetakan ke-1). Alfabeta.
- Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (edisi ke 2). alfabeta.
- Sugiono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif (cetakan ke). Alfabeta.
- Sulaksono, H. (2015). Budaya Organisasi dan Kinerja (pertama). Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id =RcBVEQAAQBAJ&lpg=PR5&ots =1b7gzOizGa&dq=budaya organisasi dan kinerja%2C hari sulaksono&lr&hl=id&pg=PR4#v=o nepage&q=budaya organisasi dan kinerja, hari sulaksono&f=false>
- Sutrisno.edy. (2016). manajemen sumber daya manusia (pertama). Prenadamedia Group.
https://www.google.co.id/books/edit ion/Budaya_Organisasi/pd6VDwA AQBAJ?hl=id&gbpv=1&pg=PP1& printsec=frontcover
- Ilmu Magister Manajemen, 3, 16.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4866>

PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP PENGUNAAN TRANSAKSI CASHLESS (STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA BOGOR)

Rizal Riyadi¹

rizalriyadi@ibik.ac.id

Didit Pradipto²

didit.pradipto@ibik.ac.id

Eliza Arshandy³

elizaarshandy275@gmail.com

Debi Eka Putri⁴

debiputri56@gmail.com

Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan¹⁻²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung³⁻⁴

ABSTRACT

For Generation Z, digital payment methods have evolved into an inseparable element of contemporary lifestyle. This study examines the impact of lifestyle, perceived convenience, and security assurance on the adoption of cashless transactions among Generation Z residents in Bogor City. Involving 100 respondents selected based on the unknown population formula, data were gathered using Likert-scale questionnaires and analyzed via SPSS version 27. The statistical findings confirm that lifestyle, convenience, and security consistently demonstrate a positive and significant influence on cashless transaction usage, both individually and collectively. These conclusions underscore that a strong technology orientation, supported by user-friendly systems and guaranteed security, serves as a primary determinant in driving the shift toward a non-cash payment ecosystem.

Keywords: *Lifestyle; Convenience; Security; Cashless Transactions*

ABSTRAK

Bagi Generasi Z, metode pembayaran digital telah bertransformasi menjadi elemen yang tak terpisahkan dari gaya hidup kontemporer. Studi ini difokuskan untuk mengkaji dampak dari variabel gaya hidup, persepsi kemudahan, serta aspek keamanan terhadap intensitas penggunaan transaksi non-tunai (*cashless*) di kalangan Generasi Z yang berdomisili di Kota Bogor. Dengan melibatkan 100 responden yang dipilih berdasarkan formulasi populasi tak diketahui (*unknown population*), data dikumpulkan melalui instrumen kuesioner berbasis skala Likert dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 27. Hasil analisis statistik mengonfirmasi bahwa ketiga variabel independen—yakni gaya hidup, kemudahan, dan keamanan—secara konsisten menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi transaksi *cashless*, baik secara individual maupun kolektif. Konklusi ini menggarisbawahi bahwa orientasi teknologi yang kuat, didukung oleh sistem yang mudah dioperasikan dan terjamin keamanannya, menjadi determinan utama dalam mendorong peralihan ke ekosistem pembayaran non-tunai.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Kemudahan, Keamanan, Transaksi Cashless

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penggunaan sistem e-banking telah dimanfaatkan secara maksimal oleh Generasi Z, kelompok masyarakat yang lahir pada akhir 1990-an hingga pertengahan 2000-an. Gaya hidup mereka yang teknologi-centric dan terhubung secara sosial sangat mempengaruhi tingkat adopsi transaksi cashless (Humairoh & Annas, 2023). Generasi ini tumbuh dalam era digital yang penuh inovasi, menjadikan teknologi sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Hadirnya aplikasi pembayaran digital dan e-wallet telah mengubah pola transaksi mereka menjadi lebih praktis, cepat, dan modern.

Pengaruh gaya hidup serba cepat mendorong Generasi Z mengutamakan efisiensi. Mereka menghindari kesulitan membawa uang tunai fisik serta risiko kehilangan atau pencurian. Menurut Aulia (2020), masyarakat menggunakan sistem non-tunai untuk menyederhanakan transaksi keuangan melalui perangkat elektronik. Selain itu, tren gaya hidup konsumtif juga berperan penting (Firmansyah & Susanti, 2023). Kecanggihan mode, hiburan, dan kebiasaan belanja online menjadikan transaksi cashless sebagai pilihan utama. Pola hidup dinamis seperti You Only Live Once (YOLO) dan Fear of Missing Out (FOMO) turut memacu perilaku ini. Data Credit Karma (2018) mencatat 39% generasi muda rela berhutang demi mengikuti tren agar tidak tertinggal.

Di sisi lain, perkembangan industri fintech mempercepat transisi menuju cashless society. Laporan Pembayaran Dunia (2021) menunjukkan penggunaan uang tunai global pada tahun 2020 hanya 20%, turun drastis 32% dari tahun sebelumnya. Namun, fenomena ini menghadirkan tantangan baru, khususnya

terkait keamanan dan privasi data. Generasi Z yang aktif secara digital meninggalkan jejak data pribadi yang rentan, menjadikan keamanan faktor krusial dalam keputusan penggunaan layanan cashless (Islamiah, 2019).

Kota Bogor, yang dikenal dengan populasi Generasi Z yang dominan dan perkembangan infrastruktur digital pesat, menjadi latar belakang menarik untuk fenomena ini. Akses internet yang luas dan stabil di Bogor mendukung kemudahan penggunaan aplikasi pembayaran digital (Hana & Kusumawati, 2020). Meskipun demikian, isu keamanan tetap menjadi perhatian utama pengguna di wilayah ini.

Mengacu pada dinamika fenomena di atas, studi ini dirancang secara spesifik untuk mengevaluasi sejauh mana variabel gaya hidup, tingkat kemudahan, serta faktor keamanan berkontribusi terhadap keputusan penggunaan transaksi cashless di kalangan Generasi Z Kota Bogor. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan mendalam mengenai optimalisasi teknologi finansial agar lebih relevan dan efektif dalam mengakomodasi kebutuhan transaksi generasi mendatang.

TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

TAM difahami sebagai konstruksi teoretis yang dirancang dalam upaya menganalisis determinan utama dalam penerimaan pengguna terhadap sistem informasi baru. Dikembangkan pertama kali oleh Davis (1989), model ini mengadaptasi prinsip-prinsip psikologi perilaku untuk menguraikan mengapa pengguna setuju atau tidak pada teknologi tertentu. Secara konseptual, TAM berakar pada integrasi dua teori perilaku terkemuka, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of*

Planned Behavior (TPB). Sinergi dari kedua landasan teori ini memungkinkan TAM untuk memetakan pola adopsi teknologi secara komprehensif, mulai dari skala organisasi hingga makro-ekonomi, guna mendorong akselerasi pasar dan pertumbuhan ekonomi digital.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Sebagai evolusi logis dari TRA yang diprakarsai oleh Fishbein dan Ajzen (1975), TPB hadir untuk memberikan penjelasan yang lebih presisi mengenai mekanisme perilaku manusia. Teori ini secara luas divalidasi kemampuannya dalam mendelineasi batasan antara sikap (*attitude*), intensi (*intention*), dan tindakan nyata (*actual behavior*). Dalam kerangka akademis, TPB menyediakan struktur analisis yang kokoh untuk membedah korelasi kompleks antara disposisi mental dan manifestasi perilaku, sebuah pendekatan yang telah terbukti efektif dalam berbagai studi empiris, termasuk penelitian perilaku kepatuhan (Park & Blenkinsopp, 2009).

Penggunaan Transaksi *Cashless*

Konsep transaksi *cashless* merujuk pada mekanisme pertukaran nilai finansial yang meniadakan penggunaan instrumen fisik seperti uang kertas atau logam, dan menggantikannya dengan data elektronik. Dalam praktiknya, metode ini mencakup spektrum luas instrumen pembayaran, mulai dari penggunaan kartu plastik (debit dan kredit), transfer via ATM, hingga inovasi teknologi mutakhir seperti *internet banking*, *e-commerce*, dan dompet digital (*e-money*). Sebagaimana dijelaskan oleh Bank for International Settlements (1996), pergeseran ini menandai transformasi fundamental dari sistem berbasis tunai menuju ekosistem pembayaran berbasis digital.

Gaya Hidup

Gaya hidup merefleksikan pola eksistensi individu yang termanifestasi dalam cara mereka mengalokasikan waktu dan sumber daya finansialnya (Wibowo & Riyadi, 2017). Lebih dari sekadar rutinitas harian, konsep ini mencakup perilaku konsumsi yang tampak secara eksternal. Dalam perspektif sosiologis, Chendy (2020) menekankan bahwa gaya hidup sangat dipengaruhi oleh persepsi sosial dan aspirasi status. Individu seringkali memanfaatkan simbol-simbol status tertentu untuk membangun citra diri di mata publik, yang pada akhirnya membentuk pola keputusan pembelian mereka. Senada dengan hal tersebut, Mowen dan Minor (dalam Ilham, 2014) mendefinisikan gaya hidup sebagai sistem tata kelola kehidupan pribadi, yang mencakup manajemen keuangan serta prioritas aktivitas sehari-hari.

Kemudahan

Konsep persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) mengacu pada derajat keyakinan seseorang bahwa pengoperasian sebuah sistem teknologi mampu dilakukan dengan usaha mental dan fisik yang minimal. Dengan kata lain, sistem tersebut haruslah intuitif dan bebas dari hambatan teknis yang berarti bagi penggunaannya. Jogiyanto (2007) memperkuat pandangan ini dengan menyatakan bahwa esensi kemudahan terletak pada interaksi teknologi yang tidak membebani (*effortless*). Dalam konteks adopsi teknologi, variabel ini memegang peran vital dalam proses pengambilan keputusan; semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan, semakin besar probabilitas sistem tersebut akan diterima dan digunakan secara berkelanjutan. Sebaliknya, persepsi kerumitan yang tinggi akan menjadi barikade psikologis yang menghambat minat penggunaan.

Keamanan

Dalam ekosistem digital, keamanan informasi merepresentasikan serangkaian strategi preventif yang dirancang untuk memproteksi aset data vital dari berbagai potensi ancaman siber. Sebagaimana dijelaskan oleh Puriwigati dan Buana (2020), implementasi protokol keamanan yang ketat tidak hanya berfungsi untuk menjamin keberlangsungan operasional bisnis (*business continuity*), tetapi juga berperan strategis dalam mitigasi risiko kerugian serta optimalisasi imbal hasil investasi teknologi. Terkait dengan aspek privasi, Smith et al. (2011) mengidentifikasi empat dimensi fundamental dalam memandang data pribadi, yakni sebagai hak asasi yang inheren, komoditas kepemilikan, mekanisme pembatasan akses, serta otonomi individu dalam mengendalikan penyebaran informasi personalnya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif berbasis analisis statistik menjadi landasan utama dalam pelaksanaan riset ini. Fokus kajian diarahkan pada tiga variabel independen—gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan keamanan sistem—guna melihat dampaknya terhadap perilaku transaksi non-tunai pada subjek penelitian, yaitu Generasi Z di Kota Bogor. Terkait strategi pengambilan sampel, penelitian ini mengadopsi metode *nonprobability sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Validitas

Tabel 1. Indeks Jawaban Responden Indikator Variabel Gaya Hidup (GH)

No.	Kode Indikator	R-hitung	R-tabel	Signifikansi	Keterangan
1	GH1	0,516	0,361	0,004	VALID
2	GH2	0,762	0,361	0,001	VALID
3	GH3	0,537	0,361	0,002	VALID
4	GH4	0,657	0,361	0,001	VALID
5	GH5	0,710	0,361	0,001	VALID
6	GH6	0,776	0,361	0,001	VALID
7	GH7	0,704	0,361	0,001	VALID

Pada tabel diatas memiliki nilai signifikansi dimana kurang dari 0,05, maka seluruh butir pertanyaan untuk variabel Gaya Hidup dinyatakan sah (*valid*) dan memenuhi syarat metodologis untuk pengujian tahap selanjutnya.

Tabel 2. Indeks Jawaban Responden Indikator Variabel Kemudahan (KH)

No.	Kode Indikator	R-hitung	R-tabel	Signifikansi	Keterangan
1	KH1	0,644	0,361	0,001	VALID
2	KH2	0,568	0,361	0,001	VALID
3	KH3	0,574	0,361	0,001	VALID
4	KH4	0,757	0,361	0,001	VALID
5	KH5	0,676	0,361	0,001	VALID
6	KH6	0,463	0,361	0,010	VALID
7	KH7	0,711	0,361	0,001	VALID
8	KH8	0,598	0,361	0,001	VALID

Sumber: Data diolah 2024

Pada pengujian validitas untuk variabel Kemudahan, analisis statistik pada Tabel 2 memperlihatkan performa item yang memuaskan. Dengan tingkat signifikansi yang seluruhnya berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan yang merepresentasikan variabel Kemudahan memiliki validitas yang dapat dipertanggungjawabkan secara statistik

Tabel 3. Indeks Jawaban Responden Indikator Variabel Keamanan (KA)

No.	Kode Indikator	R-hitung	R-tabel	Signifikansi	Keterangan
1	KA1	0,752	0,361	0,001	VALID
2	KA2	0,869	0,361	0,001	VALID
3	KA3	0,866	0,361	0,001	VALID
4	KA4	0,749	0,361	0,001	VALID
5	KA5	0,743	0,361	0,001	VALID
6	KA6	0,784	0,361	0,001	VALID
7	KA7	0,838	0,361	0,001	VALID
8	KA8	0,867	0,361	0,001	VALID

Sumber: Data diolah 2024

Evaluasi terhadap validitas variabel Keamanan, sebagaimana dirangkum dalam Tabel 3, menunjukkan hasil yang sangat meyakinkan. Seluruh item indikator (KA1–KA8) menghasilkan koefisien korelasi (*r*-hitung) yang tinggi, berkisar antara 0,743 hingga 0,869. Nilai-nilai ini jauh melampaui batas standar *r*-tabel (0,361), yang mengindikasikan kuatnya hubungan antar butir pertanyaan. Oleh karena itu, instrumen pengukuran untuk variabel Keamanan dinyatakan valid sepenuhnya dan cocok

dipakai menjadi instrumen ukur yang akurat bagi kajian ini.

Tabel 4. Indeks Jawaban Responden Indikator Variabel Transaksi Cashless (TC)

No.	Kode Indikator	R-hitung	R-tabel	Signifikansi	Keterangan
1	TC1	0,754	0,361	0,001	VALID
2	TC2	0,689	0,361	0,001	VALID
3	TC3	0,806	0,361	0,001	VALID
4	TC4	0,829	0,361	0,001	VALID
5	TC5	0,829	0,361	0,001	VALID
6	TC6	0,723	0,361	0,001	VALID
7	TC7	0,831	0,361	0,001	VALID
8	TC8	0,776	0,361	0,001	VALID

Sumber: Data diolah 2024

Sebagai variabel dependen, validitas instrumen Transaksi *Cashless* juga menunjukkan hasil yang positif (lihat Tabel 4). Analisis terhadap delapan butir pernyataan (TC1–TC8) mengungkapkan bahwa nilai r-hitung yang diperoleh berada pada rentang 0,689 sampai 0,831. Angka statistik ini secara konsisten berada di atas nilai r-tabel (0,361) dengan tingkat signifikansi yang memenuhi prasyarat (< 0,05).

Uji Realibilitas

Tabel 5. Uji Realibilitas Terhadap Variabel X1, X2, X3, dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,788	Reliable
Kemudahan (X2)	0,780	
Keamanan (X3)	0,919	
Transaksi <i>Cashless</i> (Y)	0,905	

Sumber: Data diolah 2024

Tabel diatas memperoleh nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel yang secara tetap posisinya melebihi ambang batas 0,70. Oleh karenanya, bisa dinyatakan bahwa kuesioner yang dipakai pada studi ini bersifat reliabel (*reliable*) dan memenuhi standar kelayakan untuk analisis inferensial.

2. Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.70303989	
Most Extreme Differences	Absolute	.082	
	Positive	.078	
	Negative	-.082	
Test Statistic		.082	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.094	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.098	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.090
		Upper Bound	.105

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan hasil komputasi yang tersaji pada Tabel 6, diperoleh nilai probabilitas signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,094. Karena nilai signifikansi tersebut melampaui batas kritis 0,05, maka hipotesis nol yang menyatakan data berdistribusi normal dapat diterima.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 ^a	.588	.575	2.745	2.205

a. Predictors: (Constant), KEAMANAN, KEMUDAHAN, GAYA HIDUP

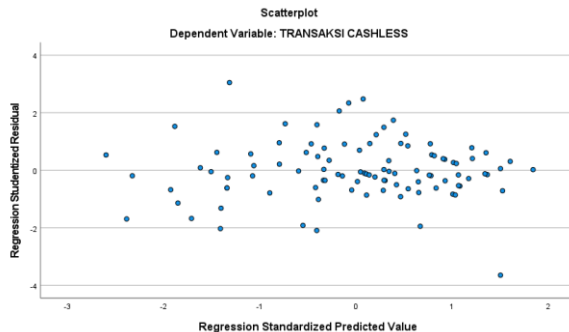
b. Dependent Variable: TRANSAKSI CASHLESS

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan evaluasi terhadap ketiga variabel independen tersebut, model regresi ini dinyatakan layak dan reliabel untuk digunakan dalam analisis prediksi karena tidak terdistorsi oleh masalah multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan tampilan grafik pada Gambar 1, pola penyebaran data menunjukkan karakteristik yang acak. Dapat dinyatakan bahwa model regresi linear dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas, sehingga model dianggap memenuhi asumsi dan dapat digunakan untuk tahap analisis berikutnya.

5. Uji Autokorelasi

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.870	3.028		.618	.538		
	GAYA HIDUP	.256	.085	.249	3.019	.003	.631	1.586
	KEMUDAHAN	.534	.102	.420	5.257	<.001	.673	1.486
	KEAMANAN	.194	.065	.254	2.989	.004	.596	1.679

a. Dependent Variable: TRANSAKSI CASHLESS

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan perhitungan matematis, nilai (4 - du) adalah 4 dikurangi 1,7364, yang menghasilkan angka 2,2636. Dengan demikian, rentang area bebas autokorelasi adalah antara 1,7364 hingga 2,2636. Mengingat nilai DW hitung penelitian ini (2,205) berada tepat di dalam rentang tersebut ($1,7364 < 2,205 < 2,2636$), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi ini tidak mengalami gejala autokorelasi, sehingga estimasi parameter yang dihasilkan bersifat tidak bias dan konsisten.

6. Analisis Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	1.870	3.028		.618	.538
	GAYA HIDUP (X1)	.256	.085	.249	3.019	.003
	KEMUDAHAN (X2)	.534	.102	.420	5.257	<.001
	KEAMANAN (X3)	.194	.065	.254	2.989	.004

a. Dependent Variable: TRANSAKSI CASHLESS (Y)

Sumber: Data diolah 2024

Nilai konstanta (α) sebesar 1,870 merepresentasikan nilai *intercept* atau titik potong pada sumbu Y. Angka ini bermakna bahwa jika diasumsikan tidak ada intervensi dari variabel Gaya Hidup, Kemudahan, maupun Keamanan (nilai X1, X2, X3 = 0), maka tingkat penggunaan *Transaksi Cashless* secara alamiah akan berada pada level 1,870 poin.

Selanjutnya, koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X1) menunjukkan angka 0,256 bertanda positif. Hal ini mengimplikasikan adanya hubungan yang linear dan searah. Artinya, setiap peningkatan kualitas Gaya Hidup sebesar satu satuan akan berdampak pada kenaikan penggunaan *Transaksi Cashless* sebesar 0,256 poin, dengan catatan variabel lainnya dianggap tetap (*ceteris paribus*).

Variabel Kemudahan (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,534. Nilai ini menunjukkan magnitude pengaruh yang cukup dominan. Secara statistik, dapat diartikan bahwa setiap perbaikan persepsi Kemudahan sebesar satu satuan diproyeksikan akan mendongkrak intensitas penggunaan *Transaksi Cashless* sebesar 0,534 poin.

Terakhir, variabel Keamanan (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,194. Angka positif ini menegaskan bahwa aspek keamanan berbanding lurus dengan minat penggunaan. Dengan demikian, setiap peningkatan satu satuan pada jaminan

Keamanan akan berkontribusi pada kenaikan penggunaan Transaksi *Cashless* sebesar 0,194 poin.

7. Uji secara Parsial (Uji T)

Tabel 10. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.870	3.028		.618	.538
	GAYA HIDUP (X1)	.256	.085	.249	3.019	.003
	KEMUDAHAN (X2)	.534	.102	.420	5.257	<.001
	KEAMANAN (X3)	.194	.065	.254	2.989	.004

a. Dependent Variable: TRANSAKSI CASHLESS (Y)

Sumber: Data diolah 2024

Analisis terhadap variabel Gaya Hidup (X1) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 3,019. Angka ini secara signifikan melampaui nilai kritis t-tabel yang berada pada level 1,98498. Selain itu, nilai probabilitas signifikansi tercatat sebesar 0,003, yang jauh lebih rendah dari batas toleransi kesalahan 5% (0,05).

Selanjutnya, variabel Kemudahan (X2) menunjukkan kinerja statistik yang paling dominan dengan nilai t-hitung mencapai 5,257, jauh di atas ambang batas t-tabel (1,98498). Didukung oleh nilai signifikansi 0,001 (< 0,05).

Terakhir, pengujian pada variabel Keamanan (X3) memperlihatkan nilai t-hitung sebesar 2,989. Karena nilai ini lebih besar dari t-tabel (1,98498) dan nilai signifikansinya (0,004) berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa aspek Keamanan memegang peranan vital.

8. Uji secara Simultan (Uji F)

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1031.654	3	343.885	45.640	<.001 ^b
	Residual	723.336	96	7.535		
	Total	1754.990	99			

a. Dependent Variable: TRANSAKSI CASHLESS (Y)

b. Predictors: (Constant), KEAMANAN (X3), KEMUDAHAN (X2), GAYA HIDUP (X1)

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan hasil analisis statistik yang tersaji pada Tabel 11, diperoleh nilai F-hitung sebesar 45,640. Ketika nilai ini disandingkan dengan F-tabel, terlihat jelas bahwa F-hitung jauh melampaui batas kritisnya (45,640 > 2,70). Selain itu, nilai probabilitas signifikansi yang dihasilkan adalah 0,001, yang berarti lebih kecil dari taraf nyata 0,05.

9. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.575	2.74495

a. Predictors: (Constant), KEAMANAN (X3), KEMUDAHAN (X2), GAYA HIDUP (X1)

Sumber: Data diolah 2024

Analisis koefisien determinasi (*R-Square*) berfungsi sebagai indikator untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi dari variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh model regresi yang dibangun. Berdasarkan hasil komputasi data pada Tabel 12, diketahui nilai koefisien determinasi (*R*²) adalah sebesar 0,588.

Secara interpretatif, angka ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup, Kemudahan, dan Keamanan secara kolektif memberikan kontribusi pengaruh sebesar 58,8% terhadap fluktuasi penggunaan Transaksi *Cashless*. Sementara itu, sisa persentase sebesar 41,2% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain di luar cakupan penelitian ini (variabel residual), seperti faktor promosi, kepercayaan merek, atau literasi keuangan yang tidak dianalisis dalam model ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun model memiliki kekuatan prediksi yang cukup moderat, namun peran faktor-faktor eksternal lainnya tetap perlu dipertimbangkan dalam studi lanjutan.

Pembahasan

H1 : Gaya Hidup (X1) berpengaruh terhadap penggunaan Transaksi *Cashless* (Y)

Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa X1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Kesimpulan ini didasarkan pada perolehan nilai t-hitung sebesar 3,019 yang melampaui ambang batas t-tabel (1,98498), serta nilai signifikansi sebesar 0,003 yang jauh di bawah taraf nyata 0,05. Secara implisit, temuan ini menunjukkan bahwa semakin modern orientasi gaya hidup seseorang, semakin tinggi intensitas mereka dalam mengadopsi metode pembayaran non-tunai.

Temuan empiris ini sejalan dengan studi terdahulu yang dilakukan oleh Chendy (2020), yang menyoroti bahwa pola perilaku keuangan mahasiswa sangat dipengaruhi oleh tuntutan gaya hidup mereka. Dukungan serupa juga dikemukakan oleh Nirmala dan Murtatik (2020), yang memvalidasi bahwa dimensi gaya hidup—meliputi aktivitas, minat, dan opini—berperan sebagai katalisator utama dalam pembentukan perilaku *cashless society* di kalangan akademisi.

H2 : Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap penggunaan Transaksi *Cashless*. (Y)

Pengujian hipotesis kedua mengonfirmasi bahwa variabel X2 memberikan kontribusi positif yang sangat signifikan terhadap Y. Hal ini dibuktikan secara statistik melalui nilai t-hitung yang mencapai 5,257—jauh melampaui nilai kritis t-tabel sebesar 1,98498—serta tingkat signifikansi 0,001 yang berada di bawah ambang batas 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan merupakan prediktor paling kuat dalam model ini; semakin mudah sistem pembayaran dioperasikan, semakin tinggi tingkat adopsinya.

Temuan ini selaras dengan postulat yang diajukan oleh Hana dan Kusumawati (2020), yang menegaskan adanya korelasi linear antara tingkat kemudahan akses dengan intensitas transaksi non-tunai. Dalam konteks perilaku konsumen digital, hal ini didukung oleh temuan empiris Maula dan Sunarjo (2023) serta Humairoh dan Annas (2023). Mereka sepakat bahwa aspek *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) berperan vital dalam menumbuhkan minat penggunaan instrumen seperti *e-wallet* dan QRIS, karena meminimalkan hambatan teknis bagi pengguna.

H3 : Rasio Keamanan (X3) berpengaruh terhadap Penggunaan Transaksi *Cashless* (Y)

Pengujian terhadap hipotesis ketiga membuktikan bahwa variabel X3 memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Y. Bukti statistik ini tercermin dari nilai t-hitung sebesar 2,989 yang melampaui nilai t-tabel (1,98498), disertai dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan bukan sekadar faktor pendukung, melainkan elemen fundamental yang menentukan tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital.

Hasil ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Islamiah (2019), yang menegaskan bahwa persepsi keamanan berkorelasi positif dengan perilaku adopsi teknologi finansial (*fintech*). Dalam konteks ini, semakin tinggi standar proteksi keamanan yang diterapkan oleh penyedia layanan *cashless payment*, semakin besar pula tingkat penerimaan dan intensitas penggunaan oleh konsumen.

Mengingat karakteristik Generasi Z sebagai kelompok yang melek teknologi dan sadar akan risiko siber, mereka cenderung

sangat selektif dalam memilih platform transaksi. Kepercayaan terhadap sistem enkripsi, autentikasi berlapis, serta jaminan perlindungan data pribadi menjadi pertimbangan utama sebelum melakukan transaksi digital. Oleh karena itu, keamanan bukan hanya menjadi syarat teknis, tetapi juga fondasi psikologis yang menopang kepercayaan transaksional dalam era ekonomi digital.

H4 : Gaya Hidup (X1), Kemudahan (X2), dan Keamanan (X3) secara simultan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Transaksi *Cashless* (Y)

Hasil analisis statistik untuk hipotesis keempat menegaskan bahwa secara simultan, variabel Gaya Hidup, Kemudahan, dan Keamanan memberikan kontribusi yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Transaksi *Cashless* di kalangan Generasi Z Kota Bogor. Validitas model ini dibuktikan secara empiris melalui perolehan nilai F-hitung sebesar 45,640 yang jauh melampaui nilai kritis F-tabel (2,70), dengan tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen tersebut bekerja secara sinergis dalam mempengaruhi perilaku transaksi non-tunai.

Secara teoretis, temuan ini memperkuat argumen yang dibangun oleh Nissa (2022) serta Nazar, Arifah, dan Fitri (2023). Kajian-kajian tersebut mengidentifikasi bahwa akselerasi transisi menuju *cashless society* di Indonesia sangat bergantung pada konvergensi tiga pilar utama: adaptasi gaya hidup modern, ketersediaan infrastruktur teknologi yang *user-friendly*, serta jaminan keamanan sistem yang mumpuni. Tanpa integrasi yang baik dari ketiga aspek ini, adopsi teknologi finansial yang berkelanjutan akan sulit tercapai.

Hasil ini menegaskan bahwa transformasi perilaku transaksi Generasi Z di Kota Bogor menuju *cashless society* didorong secara simultan oleh tiga pilar utama: adopsi gaya hidup digital yang modern, persepsi kemudahan penggunaan teknologi, dan jaminan keamanan sistem. Gaya hidup yang berorientasi pada efisiensi dan tren teknologi menjadi motivasi internal, sementara kemudahan akses dan proteksi keamanan bertindak sebagai faktor pendukung eksternal yang memperkuat kepercayaan pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk memaksimalkan adopsi pembayaran non-tunai, penyedia layanan tidak hanya perlu menawarkan fitur yang praktis, tetapi juga harus memastikan infrastruktur keamanan yang andal serta relevan dengan dinamika gaya hidup generasi muda yang adaptif.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan Generasi Z di Kota Bogor dalam menggunakan Transaksi *Cashless* dipengaruhi oleh tiga faktor utama yang terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan secara parsial. Pertama, variabel **Gaya Hidup** menegaskan bahwa kecenderungan hidup modern—yang tercermin melalui ketertarikan, preferensi, serta opini responden—menjadi pendorong internal yang kuat dalam mengadopsi metode pembayaran digital. Kedua, variabel **Kemudahan** memperlihatkan bahwa kecepatan akses, fleksibilitas, dan efisiensi proses transaksi merupakan alasan dominan yang membuat teknologi ini semakin diminati. Ketiga, variabel **Keamanan** menggarisbawahi bahwa perlindungan terhadap data pribadi dan rasa aman dalam melakukan transaksi merupakan prasyarat penting bagi Generasi Z sebelum memutuskan untuk beralih ke sistem pembayaran nontunai.

Secara simultan, penelitian ini juga mempertegas bahwa ketiga variabel tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi saling berinteraksi dan melengkapi. Gaya Hidup, Kemudahan, dan Keamanan bersama-sama membentuk kerangka pengambilan keputusan yang menyeluruh. Dengan demikian, semakin kuat tuntutan gaya hidup digital yang didukung oleh sistem yang praktis dan aman, semakin besar pula kecenderungan Generasi Z di Kota Bogor untuk menjadikan Transaksi Cashless sebagai bagian integral dari aktivitas ekonomi harian mereka.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, rekomendasi pertama ditujukan kepada penyedia layanan dan pengembang aplikasi pembayaran digital. Mengingat elemen keamanan terbukti menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan pengguna, perusahaan perlu menempatkan perlindungan data dan keamanan sistem sebagai prioritas strategis. Upaya peningkatan kualitas keamanan siber sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan, seperti memperkuat enkripsi data, menerapkan autentikasi biometrik atau dua faktor, serta memperbaiki sistem notifikasi transaksi agar lebih transparan. Langkah-langkah ini penting untuk mencegah potensi kebocoran data sekaligus meningkatkan rasa aman pengguna dalam bertransaksi.

Rekomendasi berikutnya ditujukan kepada peneliti selanjutnya. Berdasarkan nilai determinasi yang menunjukkan bahwa masih terdapat 41,2% variasi yang dipengaruhi faktor lain di luar model, disarankan agar penelitian mendatang mempertimbangkan variabel tambahan seperti efektivitas promosi digital, kepercayaan merek, maupun kondisi sosial ekonomi pengguna. Selain itu, perluasan cakupan penelitian dengan melibatkan sampel yang lebih heterogen dan wilayah

penelitian yang lebih luas akan memberikan tingkat generalisasi yang lebih tinggi serta membuka peluang untuk analisis komparatif yang lebih mendalam mengenai perkembangan perilaku masyarakat dalam menuju cashless society.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324.
- Chendy, D. K. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Credit Karma. (2018). *The Cost of FOMO: Almost 40% of Millennials Overspend to Keep Up with Friends*. Credit Karma.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Firmansyah, G., & Susanti, A. (2023). *Pengaruh Lifestyle Hedonisme, Kemampuan Finansial dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Transaksi Cashless pada Generasi Milenial di Surakarta*. STIE Surakarta.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi Sembilan*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hana, C., & Kusumawati, Y. (2020). Pengaruh Kemampuan Finansial dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Cashless Transaction. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(2).
- Humairoh, H., & Annas, M. (2023). TAM

- Model: What Affects Gen Z Interest in the Use of e-Wallets? *Dinasti International Journal*, 4(2).
- Ilham, D. (2014). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Brawijaya.
- Islamiah, K. (2019). *Pengaruh Keamanan Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan Fintech*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Karimuddin, A., Jannah, M., & Ummul, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Lai, P. C., & Liew, E. J. Y. (2021). Towards a Cashless Society: The Effects of Perceived Convenience and Security on Gamified Mobile Payment Platform Adoption. *Australasian Journal of Information Systems*, 25.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Situs MatahariMall.com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).
- Maula, M. M., & Sunarjo, W. A. (2023). The Effect of Perceived Ease Of Use, Behavior Intention, Security Of Non-Cash Transactions In The Use Of QRIS. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Nazar, M. R., Arifah, U., & Fitri, S. M. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money dan Munculnya Cashless Society di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 287–295.
- Nirmala, M. M., & Murtatik, S. (2020). *Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society*. Universitas Semarang.
- Nissa, F. (2022). *Analisis Nilai Transaksi Cashless Payment di Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2009). Whistleblowing as planned behavior – A survey of South Korean police officers. *Journal of Business Ethics*, 85, 545–556.
- Puriwigati, A. N., & Buana, U. M. (2020). Analisis Tingkat Keamanan Informasi. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 8(1).
- Smith, H. J., Dinev, T., & Xu, H. (2011). Information Privacy Research: An Interdisciplinary Review. *MIS Quarterly*, 35(4), 989–1015.
- Wibowo, A. F., & Riyadi. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Prestise Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, 99–108.

ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERDASARKAN RASIO LIKUIDITAS PADA PT SMARTFREN TELECOM TBK TAHUN 2020-2024

Neneng Mulyaningsih¹

nenengmulyaningsih99@gmail.com

Yulaikah²

yulaikah.se@gmail.com

M. Lukman³

muhammadlukman4488@gmail.com

Institut Teknologi dan Bisnis Banten¹

Universitas Faletahan²⁻³

ABSTRACT

This study aims to determine the financial performance of PT. Smartfren Telecom Tbk based on liquidity ratio analysis from 2020 to 2024. The liquidity ratios used in this study include the current ratio, quick ratio, cash ratio, cash turnover ratio, and inventory to net working capital. The results show that all liquidity ratios of PT. Smartfren Telecom Tbk during this period were below industry standards. This indicates that the company is in a poor liquidity position, necessitating an evaluation of the management of current assets and short-term liabilities.

Keywords: *Liquidity ratio, financial performance, PT Smartfren Telecom Tbk*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja keuangan PT. Smartfren telecom Tbk berdasarkan analisis rasio likuiditas selama tahun 2020 hingga 2024. Rasio likuiditas yang digunakan dalam penelitian ini mencakup current ratio, quick ratio, cash ratio, cash turnover ratio, dan inventory to net working capital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh rasio likuiditas PT. Smartfren telecom Tbk selama periode tersebut berada dibawah standar industri. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kurang baik dari sisi likuiditas sehingga perlu adanya evaluasi dalam pengelolaan aset lancar dan kewajiban jangka pendek.

Kata kunci : Rasio likuiditas, kinerja keuangan, PT smartfren Telecom Tbk

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengukuran kinerja keuangan merupakan aspek yang sangat penting dalam menilai kondisi dan keberlangsungan suatu perusahaan. Melalui pengukuran kinerja keuangan, manajemen, investor, kreditor, serta pihak-pihak berkepentingan lainnya dapat mengetahui sejauh mana perusahaan mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien. Salah satu alat yang umum digunakan dalam menilai kinerja keuangan adalah analisis rasio keuangan, karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi keuangan perusahaan dalam periode tertentu.

Di antara berbagai jenis rasio keuangan, rasio likuiditas memiliki peran yang sangat krusial karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas menunjukkan tingkat keamanan keuangan perusahaan dalam jangka pendek serta kemampuan perusahaan untuk menjaga kelangsungan operasionalnya. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik cenderung memiliki risiko keuangan yang lebih rendah, sedangkan tingkat likuiditas yang rendah dapat mengindikasikan potensi kesulitan keuangan di masa mendatang.

PT Smartfren Telecom Tbk sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi di Indonesia beroperasi dalam industri yang memiliki tingkat persaingan tinggi dan membutuhkan investasi modal yang besar. Perkembangan teknologi, kebutuhan peningkatan infrastruktur jaringan, serta dinamika pasar telekomunikasi menuntut perusahaan untuk memiliki pengelolaan keuangan yang optimal. Dalam kondisi tersebut, menjaga kesehatan keuangan, khususnya pada aspek likuiditas, menjadi tantangan tersendiri bagi PT Smartfren

Telecom Tbk.

Berdasarkan laporan keuangan PT Smartfren Telecom Tbk periode 2020 hingga 2024, terlihat adanya fluktuasi pada aset lancar dan kewajiban jangka pendek perusahaan. Fluktuasi tersebut dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya serta mencerminkan kondisi likuiditas yang tidak stabil. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam untuk mengetahui sejauh mana tingkat likuiditas perusahaan dan bagaimana kinerja keuangan PT Smartfren Telecom Tbk selama periode tersebut.

Analisis rasio likuiditas diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kemampuan PT Smartfren Telecom Tbk dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, serta menjadi dasar dalam mengevaluasi kesehatan keuangan perusahaan. Selain itu, hasil analisis tersebut juga penting untuk dibandingkan dengan standar industri agar dapat diketahui posisi kinerja likuiditas perusahaan relatif terhadap perusahaan sejenis di industri telekomunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja keuangan PT Smartfren Telecom Tbk berdasarkan analisis rasio likuiditas serta membandingkannya dengan standar industri. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan keuangan, serta bagi investor dan pihak lain sebagai bahan pertimbangan dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2019:7) laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan

kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

Analisa Laporan Keuangan

Menurut Kasmir, analisis laporan keuangan adalah proses menguraikan pos-pos laporan keuangan dan hubungan antar posnya agar lebih berarti, sehingga dapat dipahami oleh berbagai pihak, serta membantu menilai kekuatan, kelemahan, dan kinerja manajemen untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik, seringkali dengan menggunakan teknik seperti analisis rasio keuangan untuk membandingkan angka-angka dalam laporan.

Manfaat analisis laporan keuangan (menurut Kasmir)

1. Mengetahui posisi keuangan perusahaan (aset, liabilitas, modal) dalam periode tertentu.
2. Mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan perusahaan.
3. Menilai kinerja manajemen.
4. Menjadi dasar untuk pengambilan keputusan perbaikan ke depan.
5. Membandingkan kinerja dengan perusahaan sejenis

Pengertian Rasio Keuangan

Menurut Kasmir (2019:104) rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen lain dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada diantara laporan keuangan. Kemudian angka diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode.

Rasio Keuangan Likuiditas

Menurut Kasmir (2019:130) rasio likuiditas atau sering disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang

digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Caranya dengan membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aset lancar dengan total pasiva lancar (utang jangka pendek). Penilaian dapat dilakukan untuk beberapa periode sehingga terlihat perkembangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu. Jenis-jenis rasio likuiditas adalah sebagai berikut:

Pertama: Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar atau *current ratio* menurut Kasmir (2019:134) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aset lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rumus untuk mencari rasio lancar atau *current ratio* yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

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

Kedua: Rasio cepat (*Quick Ratio*) atau rasio sangat lancar atau *acid test ratio*, Menurut Kasmir (2019:136) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aset lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (inventory), artinya mengabaikan nilai sediaan dengan cara dikurangi dari total aset lancar. Hal ini dilakukan karena persediaan dianggap memerlukan waktu relatif lebih lama untuk diuangkan. Apabila perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar kewajibannya dibandingkan dengan aset lancar lainnya. Rumus untuk mencari rasio cepat atau *quick ratio* yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Ketiga: Rasio kas atau cash ratio menurut Kasmir (2019:138) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang, ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro atau tabungan di bank (yang dapat ditarik setiap saat). Dapat dikatakan rasio ini menunjukkan kemampuan sesungguhnya bagi perusahaan untuk membayar utang-utang jangka pendeknya. Rumus untuk mencari rasio kas atau cash ratio yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\% \text{ Rasio}$$

Keempat: Rasio perputaran kas (cash turnover) menurut James O. Gill dalam Kasmir (2019:140) berfungsi untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan utang dan biaya-biaya yang berkaitan dengan penjualan. Untuk mencari modal kerja, kurangi aset lancar terhadap utang lancar. Modal kerja dalam pengertian ini dikatakan sebagai modal kerja bersih yang dimiliki perusahaan. Sementara itu, modal kerja kotor atau modal kerja saja merupakan jumlah dari aset lancar. Rumus untuk mencari rasio perputaran kas yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}} \times 100\%$$

Kelima: Inventory to Net Working Capital menurut Kasmir (2019:141) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja

perusahaan. Modal kerja tersebut terdiri dari pengurangan antara aset lancar dengan utang lancar. Rumus untuk mencari inventory to net working capital yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Persediaan}}{\text{Modal Kerja Bersih}} \times 100\%$$

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Data yang digunakan merupakan data skunder yang diperoleh dari laporan keuangan PT. Smartfren Telecom Tbk periode 2020-2022 yang dipublikasikan melalui bursa efek Indonesia (BEI).

Teknik analisis data dilakukan dengan menghitung masing-masing rasio likuiditas dan menginterpretasikan hasilnya untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahun	Current Ratio	Quick Ratio	Cash Ratio	Cash Turnover r	Inventory To Nwc
2020	31,4%	30,7%	7,7%	-163%	-1%
2021	24,1%	23,4%	4,8%	-143,6%	-1%
2022	27,3%	25,8%	3,5%	-177,9%	-2%
2023	65,5%	64,0%	3,41%	-510,3%	-4%
2024	71,5%	70,6%	2,55%	-6,5%	-3%

Current ratio selama lima tahun terakhir menunjukkan bahwa aset lancar perusahaan mencukupi untuk menutup kewajiban jangka pendek. Quick ratio menunjukkan kondisi serupa. Hal ini mendandakan kemampuan likuiditas yang cukup baik. Cash ratio menunjukkan cadangan kas yang minim dimana pada 5 tahun terakhir menunjukkan kondisi yang berfluktuatif.

Sementara pada Cash turnover ratio hasilnya negatif menandakan perputaran kas tidak sehat. Ini menunjukkan modal kerja bersih negatif sehingga terjadi

ketidakseimbangan dalam operasional keuangan. Inventory to net working capital negatif menunjukkan persediaan lebih besar dari modal kerja bersih negatif, kondisi yang sangat tidak menguntungkan dari sisi likuiditas.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisa rasio likuiditas, kinerja keuangan PT. Smartfren Telecom Tbk selama periode 2020- 2024 masih berada berada dalam kondisi likuid meskipun terdapat rasio yang tidak baik akan tetapi perusahaan masih dapat dikatakan mampu dalam memenuhi kewajiban jangka pendek.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Fahmi, I. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2018). *Analisis Laporan Keuangan* (5th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harahap, S. S. (2019). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Hery. (2020). *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition*. Jakarta: Grasindo.
- Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Laporan keuangan PT. Smartfren Telecom Tbk.
- Munawir, S. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- PT Smartfren Telecom Tbk. *Laporan Keuangan Tahunan*. Jakarta: PT Smartfren Telecom Tbk.
- Riyanto, B. (2019). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsuddin, L. (2019). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2018). *Fundamentals of Financial Management*. London: Pearson Education.
- Weston, J. F., & Copeland, T. E. (2017). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM BAKSO GORENG DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS DAN ANALISIS SWOT

Dhona Shahreza¹

dhona.shahreza@gmail.com

Fratika Ayu²

ayufratika@gmail.com

Universitas Indraprasta PGRI¹⁻²

ABSTRACT

This study aims to determine the business development strategy of MSME of Bakso Goreng using the Business Model Canvas and SWOT Analysis. The research method both quantitative and qualitative method are applied with a descriptive approach. The population and sample include owners, customers, and the surrounding community using a purposive sampling technique. Data collection methods are carried out through observation, interviews, documentation and triangulation. The data analysis technique applied is the Miles and Huberman Model for qualitative data and SWOT for quantitative data. The results of the study indicate that 1) MSME of Bakso Goreng has implemented nine model elements in the Business Model Canvas; 2) MSME of Bakso Goreng is in a turnaround strategy where the company's internal factors have weaknesses while the external factors have good opportunities; 3) The S-O, W-O, S-T and W-T needs to carry put in the MSME. Thus, This research recommends to expand market segmentation and distribution channels, improve packaging, add more personnel, capital investment, and attend more events.

Keywords: MSMEs; Business Model Canvas; SWOT Analysis.

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis UMKM Bakso Goreng dengan pendekatan *business model canvas* dan Analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan berupa metode kuantitatif dan kualitatif (*Mixed method*) dengan pendekatan deskriptif. Populasi dan sampel meliputi pemilik, pelanggan, dan masyarakat sekitar dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Teknik analisis data yang diterapkan berupa Model Miles dan Huberman untuk data kualitatif dan SWOT untuk data kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Usaha UMKM telah menerapkan sembilan elemen model dalam Business Model Canvas; 2) Usaha UMKM berada pada strategi turn around dimana kondisi internal perusahaan memiliki kelemahan sedangkan secara eksternal memiliki kesempatan dan peluang yang cukup besar; 3) Strategi yang perlu dilakukan UMKM Bakso Goreng berupa strategi S-O, W-O, S-T dan strategi W-T. Penelitian ini merekomendasikan: perlunya memperluas segmen pasar, memperbaiki kemasan, memperluas saluran distribusi, pemanfaatan event, menambah SDM, melakukan investasi

Kata Kunci: UMKM, Model Bisnis Canvas, Analisis SWOT

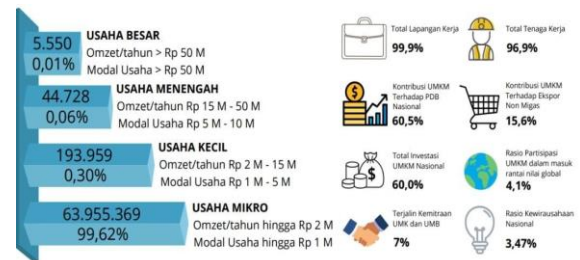
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dunia bisnis kini telah memasuki era persaingan bebas, termasuk di Indonesia. Perkembangan sektor bisnis di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat cepat, baik di bidang industri maupun jasa (Kusumadewi & Sopiyan, 2023:143). Bisnis adalah aktivitas yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidup, melalui pengelolaan sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Silviah & Lestari, 2022:98). Oleh sebab itu, para pelaku bisnis dituntut untuk berinovasi guna mengikuti perubahan kebiasaan konsumen, mulai dari model jual beli tradisional hingga ke sistem digital (Rahayu et al., 2023:91). Bagi sebagian UMKM, tidak mudah untuk mengubah cara bisnis mereka dari yang konvensional, di mana penjual bertatap muka langsung dengan pembeli, menjadi sistem online yang tidak memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli (Biki & Juniawaty, 2022:137).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian negara karena mampu menciptakan lapangan kerja yang produktif melalui investasi dan perubahan teknologi baru. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga memiliki tingkat fleksibilitas tinggi yang menjadi salah satu keunggulan dibandingkan dengan perusahaan besar (Rahmadani & Subroto, 2022:167). Gambaran umum UMKM ditunjukkan dengan gambar berikut:

Gambar 1
Gambaran Umum UMKM



Sumber: (Kemenkop UKM, 2023)

Data pada Gambar 1 menunjukkan banyaknya UMKM yang telah tumbuh dan berkembang dimana bisnis ini mampu memberikan kontribusi sebesar 60.5% bagi PDB nasional dan 96.9% mampu menyerap tenaga kerja di Indonesia.

Peluang bisnis makanan modern di Indonesia termasuk dalam kategori yang sangat menguntungkan, dimana peminatnya sangat banyak dan mudah didapatkan, karena produksi atau pembuatannya yang relatif lebih mudah. Begitu pula di Kota Bekasi. Sebagai kawasan penyangga ibukota, bakso goreng menjadi salah satu makanan yang diminati. Bakso goreng atau biasa yang disebut dengan basreng adalah makanan yang populer yang terbuat dari olahan ikan (Putri et al., 2024:35-45).

Basreng atau bakso goreng merupakan camilan khas Sunda yang terbuat dari olahan ikan yang diiris tipis kemudian digoreng. Camilan bakso goreng ini termasuk makanan yang mudah dimasak. Bakso Goreng dapat disajikan dengan taburan bumbu-bumbu seperti bumbu pedas, balado, dan lain sebagainya yang kini digemari oleh berbagai kalangan (Agustina, 2023:4). Mudahnya pembuatan bakso goreng atau basreng, telah menarik banyak orang untuk mencoba peruntungannya dengan berjualan camilan ini. Namun, terdapat beberapa hambatan yang ditemui oleh pemilik yang sudah diidentifikasi melalui hasil observasi berikut: 1) Pemasaran masih berskala kecil dengan memanfaatkan pengecer atau

tetangga sekitar; 2) Packaging yang kurang menarik karena masih menggunakan plastic biasa yang menyebabkan produk sulit masuk ke pasar dengan skala lebih besar.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka diperlukan strategi yang tepat agar UMKM dapat mengembangkan bisnisnya. Model Bisnis Canvas dipilih karena model ini dapat dimanfaatkan untuk memahami aspek dan model bisnis yang sedang dijalani dan perlu diperbaharui untuk mengetahui keunggulan bersaing. Selain itu, analisis SWOT diterapkan untuk membantu memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman dari faktor internal maupun eksternal, sehingga nantinya dapat memberikan strategi yang tepat untuk melakukan pengembangan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan usaha UMKM Bakso Goreng Mbak Amel menggunakan Model Bisnis Canvas dan Analisis SWOT. Melalui penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pengembangan Bisnis

Siagian (dalam Wikantini & Andiani, 2020:43) mendefinisikan strategi sebagai kumpulan keputusan penting yang diambil oleh manajemen puncak dan diterapkan oleh seluruh tingkat organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Lebih lanjut lagi, strategi bisnis merupakan kemampuan perusahaan untuk menganalisis lingkungan eksternal dan internal, merumuskan strategi, melaksanakan rencana yang telah disusun untuk mencapai sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk memperoleh umpan balik dalam merancang strategi di masa mendatang (Lindiawatie & Nurmalasari, 2022:39).

Strategi pengembangan usaha merupakan suatu penentuan arah perusahaan yang membutuhkan keputusan serta dorongan dari setiap lini usaha untuk menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen, yang memiliki pandangan ke depan agar perusahaan dapat tumbuh berkembang dari segi produksi, citra merek, konsumen dan pendapatan perusahaan (Amang, Mulyadi, & Utama, 2023, p. 47)

UMKM

Definisi UMKM menurut Undang-Undang No.7 tahun 2021 ditunjukkan dengan tabel berikut:

Tabel 1
Kriteria UMKM

Jenis Usaha	Kekayaan	Omset Tahunan
Usaha Mikro	Tidak termasuk tanah dan bangunan, maksimal Rp 1 juta	Tidak termasuk tanah dan bangunan, maksimal Rp 2 juta
Usaha Kecil	Rp 1juta s.d Rp 5 juta	Rp 2 juta s.d Rp 15 juta
Usaha Menengah	Rp 5 juta s.d Rp 10 juta	Rp15 juta s.d Rp 50 juta

Sumber: (dalam buku Redaksi Sinar Grafika, 2022:20)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang signifikan, yang terlihat dari perannya sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, penyedia barang dan jasa domestik, pencipta lapangan kerja, serta peningkatan nilai tambah yang berkontribusi pada penurunan tingkat kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi (Gayatri & Nurranto, 2023:182). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga memberikan kontribusi terhadap pendapatan masyarakat yang kurang mampu dan memiliki dampak positif terhadap pembangunan ekonomi di daerah pedesaan.

Selain itu Putri (2020:154) menjelaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perkembangan nasional, antara lain: 1) Menyerap tenaga kerja; 2) Penyedia produk untuk masyarakat; 3) Mengurangi urbanisasi; 4) Memanfaatkan sumber ekonomi daerah; dan 5) Mencerminkan citra diri bangsa

Model Bisnis Canvas

(Mukhoyaroh & Nugroho, 2021) dan Osterwalder dan Pigneur dalam (Tahwin & Widodo, 2020) mendefinisikan Model Bisnis Canvas merupakan alat visual merancang operasional bisnis yang sangat efisien, dirancang untuk mendeskripsikan, merancang, menantang, menciptakan dan evaluasi suatu model bisnis. Rancangan ini terbagi menjadi 9 blok, yaitu:

1. *Customer segment* merupakan blok yang menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan.
2. *Value propositions* yang menggambarkan gabungan produk dan layanan untuk menciptakan segmen pelanggan spesifik.
3. *Channels* menggambarkan cara perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelanggan dan menjangkau mereka untuk memberikan proposisi nilai.
4. *Customer relationship* menggambarkan berbagai hubungan yang dibangun perusahaan bersama segmen pelanggan.
5. *Revenue streams* menggambarkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari segmen pelanggan.
6. *Key resources* menggambarkan aset-aset penting yang diperlukan agar model bisnis dapat berfungsi
7. *Key partnership* menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis bekerja

8. *Key activities* menggambarkan hal penting yang perlu dilakukan agar model bisnis dapat bekerja.
9. *Cost structure* menggambarkan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis.

Analisis SWOT

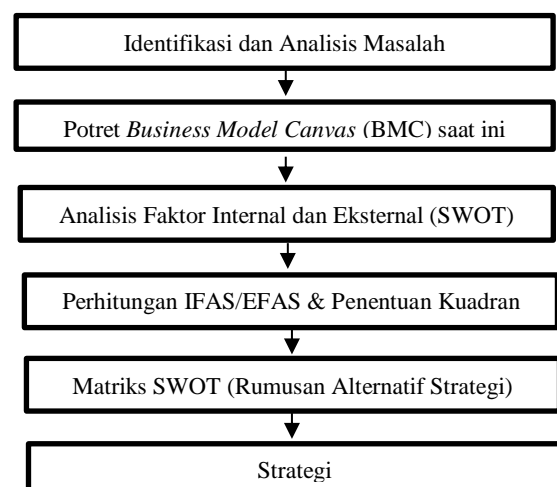
Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) merupakan evaluasi menyeluruh mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang digunakan untuk menganalisis lingkungan pemasaran dari segi eksternal dan internal (Kotler & Keller, 2019:51). Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada interaksi antara elemen internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, serta elemen eksternal, yaitu peluang dan ancaman (Rangkuti dalam Harlan et al., 2021:72).

Tahapan dalam analisis SWOT meliputi:

1. Menyusun Matriks IFAS/EFAS
2. Menyusun Diagram SWOT
3. Menyusun Matriks SWOT untuk membuat strategi

Kerangka Berpikir

Gambar 2
Kerangka Berpikir



Sumber: Data diolah (2024)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, desain yang diterapkan adalah metode campuran (mixed methods) yang menggabungkan metode kualitatif dan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Populasi dalam penelitian ini meliputi jumlah pemilik usaha bakso goreng yang terdiri dari 9 home industry, pengecer bakso goreng sebanyak 5 pengecer, dan pelanggan. Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling, yaitu pelaku usaha UMKM Bakso Goreng di Bekasi sebagai informan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini berupa: observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi.

Teknik analisis data yang dikembangkan dalam penelitian ini berupa: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN Business Model Canvas

Metode ini diterapkan untuk memberikan gambaran model bisnis yang sedang dijalankan oleh UMKM Bakso Goreng melalui segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, kemitraan usaha dan struktur biaya yang dirangkum melalui gambar berikut:

Gambar 3
Konsep Business Model Canvas

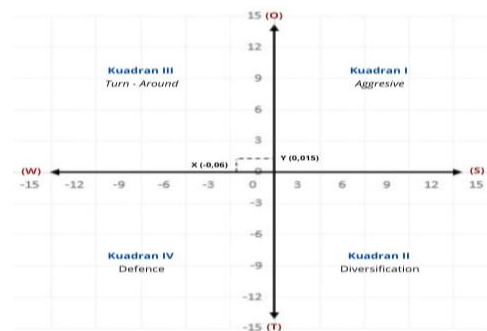
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. Pengecer 2. <i>Supplier</i> bahan baku	1. Pengadaan bahan baku bakso goreng 2. Proses pengolahan bakso goreng 3. Pengemasan bakso goreng 4. Pendistribusian bakso goreng	1. Varian rasa beragam 2. Tingkat kerenyahan yang pas 3. Bahan baku berkualitas 4. Keresapan bumbu yang maksimal 5. Ketahanan produk yang cukup lama 6. Tersedia jasa antar gratis	1. <i>Customer service by Whatsapp</i> 2. <i>Voucher</i> diskon Channel 1. <i>Online platform (Shopee)</i> 2. <i>Social Media (Instagram dan Whatsapp)</i> 3. <i>Direct selling</i> (di rumah)	1. Anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai konsumen akhir yang menyukai camilan bakso goreng (basreng) 2. Pengecer atau pedagang camilan yang membeli dalam jumlah banyak untuk dijual kembali.
Key Resources				
1. Bangunan sebagai tempat produksi (rumah) 2. Peralatan dan perlengkapan produksi 3. Kendaraan 4. Tim produksi (suami dan adik)				
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Biaya bahan baku 2. Biaya kemasan 3. Biaya transportasi untuk distribusi 4. Biaya produksi 5. Biaya utilitas		1. Penjualan bakso goreng secara langsung kepada pelanggan dan pengecer serta penjualan melalui media sosial dan marketplace		

Sumber: Data diolah (2025)

Analisis SWOT

Diagram SWOT

Gambar 4
Diagram SWOT



Sumber: Data Diolah (2025)

Dari hasil nilai IFAS dan EFAS yang digambarkan pada diagram *cartesius* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa saat ini UMKM bakso goreng Mbak Amel terletak pada posisi kuadran III yang mendukung penerapan strategi *turn-around*. Posisi ini menggambarkan kondisi internal UMKM bakso goreng Mbak Amel memiliki

kelemahan yang harus ditingkatkan nilainya. Namun, berdasarkan hasil perhitungan dan analisis diatas, masih adanya peluang yang cukup besar untuk mengembangkan usaha bakso goreng Mbak Amel. Dengan demikian, strategi yang dapat dilakukan oleh Mbak Amel sebagai pemilik usaha adalah mengatur bagaimana strategi yang dapat diterapkan dengan sebaik-baiknya. Mbak Amel harus fokus untuk meminimalkan masalah-masalah internal dari usahanya tersebut sehingga dapat memanfaatkan peluang besar dengan baik.

Matriks SWOT

Berdasarkan dari analisis SWOT yang meliputi perhitungan IFAS/EFAS dan penentuan diagram SWOT dalam bentuk diagram *cartesius*, didapat beberapa usulan alternatif strategi bisnis UMKM bakso goreng Mbak Amel yang dapat diterapkan ke dalam bisnisnya, yang telah dikelompokkan menjadi strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T, seperti yang telah disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2
Matriks SWOT

Strategi S-O	Strategi W-O
<ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan varian rasa baru untuk menarik segmen pasar yang lebih luas - Memanfaatkan tren minat masyarakat terhadap makanan lokal untuk meningkatkan pemasaran produk - Mengembangkan kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk dan penjualan - Mengikuti <i>event</i> atau pameran makanan untuk memperkenalkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus pada <i>branding</i> dan promosi agar produk lebih dikenal di pasar - Meningkatkan keterampilan proses produksi untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas - Membuat kios atau <i>outlet</i> fisik agar pelanggan lebih mudah menemukan produk - Memanfaatkan <i>platform</i> media sosial untuk mempromosikan produk dan menarik pelanggan baru

<ul style="list-style-type: none"> produk lebih luas kepada konsumen - Membuat program loyalitas untuk pelanggan agar kembali membeli produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Menciptakan kemasan produk yang lebih variatif untuk menarik segmen pasar yang lebih luas - Melakukan survei untuk mengumpulkan umpan balik pelanggan dan meningkatkan produk
Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> - Menjaga kualitas produk agar tetap unggul meskipun persaingan ketat - Meningkatkan pelayanan untuk membangun loyalitas meskipun ada banyak pesaing - Terus melakukan inovasi untuk menjaga daya tarik konsumen - Meningkatkan strategi pemasaran untuk bersaing dengan produk kompetitor yang lebih bervariasi - Tetap menawarkan harga yang kompetitif bagi pelanggan - Melakukan analisis kompetitor secara rutin untuk memahami strategi pesaing dan menyesuaikan pendekatan - Memanfaatkan testimoni positif dari pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen baru 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan proses produksi untuk mengurangi risiko penurunan kualitas yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan - Membuat rencana bisnis yang terstruktur untuk mengatasi kelemahan dalam manajemen usaha - Merekrut tenaga kerja tambahan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan layanan pelanggan - Melakukan riset pasar untuk memahami tren dan preferensi konsumen agar dapat merespons ancaman dengan lebih baik - Mempertimbangkan untuk menggunakan teknologi modern dalam proses produksi untuk meningkatkan efisiensi

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aulia Shalsabila & Widodasih (2023) dimana pada posisi *turn around* strategi W-O dapat digunakan untuk meminimalkan kelemahan dan

memanfaatkan peluang.

Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan dari hasil analisis *Business Model Canvas* (BMC) yang sudah ada dan analisis *strength, weakness, opportunities, threats* (SWOT) dari UMKM bakso goreng Mbak Amel, maka telah diketahui hasil evaluasi yang menjadi alternatif solusi pada penelitian, yang dapat diterapkan dengan desain transformasi *Business Model Canvas* (BMC) seperti yang akan disajikan pada gambar dibawah ini:

Gambar 5

Konsep Baru Business Model Canvas UMKM

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. Pengecer 2. <i>Supplier</i> bahan baku	1. Pengadaan bahan baku bakso goreng 2. Proses pengolahan bakso goreng 3. Pengemasan bakso goreng 4. Pendistribusian bakso goreng	1. Varian rasa beragam 2. Tingkat kerenyahan yang pas 3. Bahan baku berkualitas 4. Kercapaian bumbu yang maksimal 5. Ketahanan produk yang cukup lama 6. Tersedia jasa antar gratis	1. <i>Customer service</i> by <i>Whatsapp</i> 2. <i>Voucher</i> diskon	1. Anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai konsumen akhir yang menyukai camilan bakso goreng (basreng) 2. Pengecer atau pedagang camilan yang membeli dalam jumlah banyak untuk dijual kembali.
Hasil Evaluasi: 1. <i>Event Organizer</i> pameran makanan 2. Mitra penyedia kemasan kreatif 3. Kantin	Hasil Evaluasi: 1. Riset pasar dan inovasi varian rasa 2. Aktivitas pemasaran digital secara aktif 3. Pengelolaan program	Hasil Evaluasi: 1. Varian rasa baru 2. Kemasan menarik dan informatif 3. Testimoni pelanggan	Hasil Evaluasi: 1. Program loyalitas dan <i>referral</i> 2. Survei dan <i>polling</i> pelanggan 3. Komunitas pelanggan	Hasil Evaluasi: 1. Pelajar dan mahasiswa 2. Pasar oleh-oleh khas lokal
	Key Resources		Channel	
	1. Bangunan sebagai tempat produksi (rumah) 2. Peralatan dan perlengkapan produksi 3. Kendaraan 4. Tim produksi (suami dan adik) Hasil Evaluasi: 1. Sumber daya manusia (SDM) tambahan untuk produksi dan layanan 2. Alat produksi modern		1. <i>Online platform</i> (Shopee) 2. <i>Social Media</i> (Instagram dan <i>Whatsapp</i>) 3. <i>Direct selling</i> (di rumah) Hasil Evaluasi: 1. <i>Tiktok Shop</i> dan <i>Facebook marketplace</i> 2. Titip jual di toko camilan atau warung (toko kelontong) 3. Penjualan di <i>event</i> kuliner	
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Biaya bahan baku 2. Biaya kemasan 3. Biaya transportasi untuk distribusi 4. Biaya produksi 5. Biaya utilitas Hasil Evaluasi: 1. Biaya promosi digital dan <i>branding</i> 2. Biaya partisipasi <i>event</i> 3. Investasi alat produksi baru		1. Penjualan bakso goreng secara langsung kepada pelanggan dan pengecer serta penjualan melalui media sosial dan <i>marketplace</i> Hasil Evaluasi: 1. Penjualan dari <i>event</i> dan pameran 2. Paket <i>bundling</i> dan edisi khusus		

Sumber: Data diolah (2025)

Strategi pengembangan usaha yang dapat dikembangkan berdasarkan gambar di atas antara lain:

- Customer Segments dari UMKM bakso goreng Mbak Amel meliputi anak-anak, remaja, hingga orang dewasa, serta para pengecer yang berasal dari lingkungan Perumahan Jatimulya. Melihat peluang usaha yang ada, produk ini juga berpotensi menjangkau segmen pasar yang lebih luas, seperti pelajar, mahasiswa, dan konsumen pasar oleh-oleh khas lokal, sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran secara signifikan.
- Value Propositions dari UMKM bakso goreng Mbak Amel meliputi beragam varian rasa, tingkat kerenyahan yang pas, penggunaan bahan baku berkualitas, bumbu yang meresap sempurna, daya tahan produk yang cukup lama, serta layanan antar gratis. Faktor-faktor ini menjadi nilai lebih bagi produk bakso goreng Mbak Amel. Namun, untuk meningkatkan daya saing dan menarik minat lebih banyak konsumen, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan, seperti menambah varian rasa baru, menyediakan kemasan yang lebih menarik dan informatif, serta memanfaatkan testimoni positif dari pelanggan agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra merek di pasar.
- Channel dari UMKM bakso goreng Mbak Amel saat ini mencakup platform online seperti Shopee, media sosial Instagram dan WhatsApp, serta penjualan langsung (*direct selling*). Saluran distribusi ini dapat diperluas melalui pemanfaatan TikTok Shop dan Facebook, melakukan kerja sama dengan warung atau toko kelontong sebagai titik titip produk, serta partisipasi dalam berbagai event kuliner untuk

meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar.

- d. Customer Relationship dari UMKM bakso goreng Mbak Amel saat ini dibangun melalui layanan pelanggan via WhatsApp dan pemberian voucher diskon. Untuk lebih meningkatkan hubungan dengan pelanggan, UMKM bakso goreng Mbak Amel dapat melakukan penerapan program loyalitas dan referral, pelaksanaan survei dan polling untuk mengetahui preferensi konsumen, serta pembentukan komunitas pelanggan guna menciptakan ikatan yang lebih kuat dan interaktif dengan konsumen.
- e. Revenue Streams dari UMKM bakso goreng Mbak Amel berasal dari penjualan langsung kepada pelanggan, pengecer, serta melalui media sosial dan marketplace. Untuk meningkatkan pendapatan, UMKM Mbak Amel juga dapat memanfaatkan penjualan di berbagai event atau pameran, serta menawarkan paket bundling dan edisi khusus sebagai strategi promosi yang menarik bagi konsumen.
- f. Key Resources dari UMKM bakso goreng Mbak Amel mencakup bangunan yang digunakan sebagai tempat produksi (rumah), peralatan dan perlengkapan produksi, kendaraan operasional, serta tim produksi yang terdiri dari suami dan adik. Untuk mendukung pengembangan usaha, UMKM bakso goreng Mbak Amel dapat menambah sumber daya manusia (SDM) guna memperkuat proses produksi dan layanan, serta mulai memanfaatkan alat produksi modern agar lebih efisien dan kapasitas produksi meningkat.
- g. Key Activities dari UMKM bakso goreng Mbak Amel mencakup pengadaan bahan baku, proses pengolahan, pengemasan, dan pendistribusian produk bakso goreng.

Untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha, aktivitas utama dapat diperluas dengan melakukan riset pasar dan inovasi varian rasa, menjalankan pemasaran digital secara aktif, serta mengelola program loyalitas dan referral guna memperkuat hubungan dengan pelanggan.

- h. Key Partnerships dari UMKM bakso goreng Mbak Amel saat ini meliputi pengecer dan supplier bahan baku. Untuk memperluas jaringan dan meningkatkan pemasaran, UMKM ini dapat menjalin kerja sama tambahan dengan event organizer pameran makanan, mitra penyedia kemasan kreatif, serta kantin sekolah atau kampus sebagai saluran distribusi yang potensial.
- i. Cost Structure dari UMKM bakso goreng Mbak Amel mencakup biaya bahan baku, kemasan, transportasi untuk distribusi, produksi, dan utilitas. Untuk mendukung pengembangan usaha, UMKM bakso goreng Mbak Amel dapat memperluas biaya dengan investasi pada promosi digital dan branding, partisipasi dalam event, serta pembelian alat produksi baru dan modern guna mempercepat proses produksi dan meningkatkan konsistensi hasil produksi.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Usaha UMKM telah menerapkan sembilan elemen dalam Business Model Canvas namun dalam pelaksanaannya masih perlu dievaluasi dan dikembangkan
2. Usaha UMKM berada pada strategi turn around dimana kondisi internal perusahaan memiliki kelemahan sedangkan secara eksternal memiliki kesempatan dan peluang yang cukup besar.

3. Strategi yang perlu dilakukan UMKM Bakso Goreng berupa strategi S-O, W-O, S-T dan strategi W-T

Saran

1. Bagi UMKM: memperluas segmen pasar, memperbaiki kemasan, memperluas saluran distribusi, pemanfaatan event, menambah SDM, melakukan investasi
2. Bagi Penelitian selanjutnya: menambah jumlah informan dengan melibatkan lebih banyak pelaku usaha

Keterbatasan Penelitian

1. Melibatkan 1 pelaku usaha, yaitu UMKM Bakso Goreng Mbak Amel
2. Keterbatasan waktu yang menyebabkan penelitian ini belum cukup menggali potensi yang dimiliki oleh UMKM Bakso Goreng Mbak Amel

DAFTAR PUSTAKA

- Amang, A., Mulyadi, & Utama, A. P. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. Cilacap: Journal Corner Publishing.
- Agustina, M. L. (2023). *Analisis Pemasaran Produk Basreng Ikan Pada UMKM Tanjung Aur di Desa Jenggalu*. Universitas Bengkulu
- Biki, A., & Juniawaty, R. (2022). *Business Development Analysis through Business Model Canvas at Mbah Ran Tofu Factory (Tukiran)*. 136–145
- Gayatri, A. M., & Nurranto, H. (2023). *Ekonomi Kerakyatan Koperasi dan UMKM*. Jakarta: Unindra Press
- Harlan, F. B., Wirawan, A., & Maulida, N. A. (2021). Analisis Swot Tentang Strategi Pemasaran Agribisnis Di Pulau Setokok (Studi Kasus Komoditas Semangka). *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(01), 69–80. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.69-80>
- Kemenkop UKM. (2023). Kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumadewi, N., & Sopiyan, P. (2023). Pengaruh Iklan Media Sosial, Word of Mouth, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 143–153. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i1.3576>
- Lindiaiwatie, & Nurmalasari, D. (2022). *Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: Unindra Press
- Mukhoyaroh, L., & Nugroho, A. Y. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada CV Ganteng Revolution. *Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 2(2), 178–185. Retrieved 12 29, 2025, from <https://journal.akb.ac.id/index.php/jami/article/view/81>
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147. <https://doi.org/10.30983/es.v4i2.3591>
- Rahayu, N., Supriyono, I. A., Mulyawan, E., Nurfadhillah, F., Yulianto, D. R., & Ramadhan, A. Z. (2023). Pembangunan ekonomi Indonesia dengan tantangan transformasi digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(1), 1–4.
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan

UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167–181.

<https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>

Redaksi Sinar Grafika. (2022). *Peraturan Pelaksana UU Cipta Kerja di Bidang Koperasi, UMKM, dan BUM Desa*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Shalsabila, A., & Widodasih., R. R. W. K. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis Swot Pada Umkm In Collection Di Cikarang Pusat. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 9(2), 14–24.

Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112.

Tahwin, M., & Widodo, A. (2020). Perancangan Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas untuk Mengembangkan Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 15(1 Juni 2020), 154-166. Retrieved 12 29, 2025, from <https://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe/article/download/291/229>

Wikantini, I. A. K. W., & Andiani, N. D. (2020). Strategi Peningkatan Keterampilan Pramusaji di Makase Restaurant. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 3(2), 42–50.

<https://doi.org/10.23887/jmpp.v3i2.28992>

EFISIENSI PENGGUNAAN QRIS DALAM TRANSAKSI PEMBAYARAN PADA UMKM DI KABUPATEN SERANG

Habil Febrian¹

febrianhabil6@gmail.com

Hero Wirasmara Kusuma²

hwirasmara@gmail.com

Institut Teknologi dan Bisnis Banten¹

Universitas Faletehan²

ABSTRACT

This study aims to analyze the efficiency of using the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) in payment transactions within the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector in Serang Regency. The research employs a quantitative approach with descriptive and associative methods. Data were collected through the distribution of questionnaires to MSME actors who have adopted QRIS, using purposive sampling techniques. The research variables consist of QRIS usage as the independent variable and payment transaction efficiency as the dependent variable, which is measured through indicators of ease of use, transaction speed, security, transaction costs, interoperability, and transaction recording. The data were analyzed using descriptive statistical analysis and simple linear regression. The results indicate that the use of QRIS among MSMEs in Serang Regency is in a good category and has a positive effect on payment transaction efficiency. MSME actors perceive that QRIS accelerates transaction processes, enhances payment security, reduces operational costs, and facilitates business financial record-keeping. The findings also reveal that QRIS provides flexibility through interoperability with various payment applications, thereby supporting the smooth implementation of cashless transactions.

Keywords: QRIS, Efficiency, MSMEs, Digital Payment.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dalam transaksi pembayaran pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM yang telah menggunakan QRIS, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Variabel penelitian terdiri dari penggunaan QRIS sebagai variabel independen dan efisiensi transaksi pembayaran sebagai variabel dependen, yang diukur melalui indikator kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, biaya transaksi, interoperabilitas, serta pencatatan transaksi. Data dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS pada UMKM di Kabupaten Serang berada pada kategori baik dan berpengaruh positif terhadap efisiensi transaksi pembayaran. Pelaku UMKM merasakan manfaat QRIS dalam mempercepat proses transaksi, meningkatkan keamanan pembayaran, menekan biaya operasional, serta mempermudah pencatatan keuangan usaha. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa QRIS memberikan fleksibilitas melalui interoperabilitas dengan berbagai aplikasi pembayaran, sehingga mendukung kelancaran transaksi non-tunai.

Kata kunci: QRIS, Efisiensi, UMKM, Pembayaran digital.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam sistem pembayaran di Indonesia, khususnya melalui peningkatan penggunaan instrumen pembayaran non-tunai. Bank Indonesia sebagai otoritas sistem pembayaran telah menetapkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, keamanan, dan interoperabilitas transaksi. Implementasi QRIS menjadi salah satu strategi utama dalam mendukung digitalisasi ekonomi dan perluasan inklusi keuangan di berbagai daerah.

Kota Serang sebagai ibu kota Provinsi Banten memiliki peran strategis dalam aktivitas ekonomi regional, dengan karakteristik wilayah perkotaan yang didominasi oleh sektor perdagangan, jasa, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Seiring dengan meningkatnya aktivitas ekonomi dan penetrasi teknologi digital, penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai di Kota Serang terus mengalami perkembangan. QRIS dinilai mampu memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam menerima pembayaran serta meningkatkan kenyamanan dan kecepatan transaksi bagi konsumen.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian daerah dan memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi serta penyerapan tenaga kerja. Di Kota Serang, sektor UMKM mendominasi aktivitas ekonomi, khususnya pada bidang perdagangan, kuliner, jasa, dan ritel. Keberadaan UMKM yang tersebar di berbagai kawasan menjadikan sektor ini sebagai target utama dalam implementasi digitalisasi sistem pembayaran.

Penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai instrumen pembayaran non-tunai memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional. Melalui QRIS, pelaku UMKM tidak perlu menyediakan uang kembalian, mengurangi risiko kehilangan uang tunai, serta memperoleh proses transaksi yang lebih cepat dan praktis. Selain itu, penggunaan QRIS memungkinkan pencatatan transaksi secara otomatis sehingga membantu pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan dan penyusunan laporan usaha.

Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan QRIS pada sektor UMKM di Kota Serang masih menghadapi berbagai tantangan. Sebagian pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami manfaat QRIS secara optimal, khususnya terkait efisiensi biaya transaksi dan peningkatan akurasi pencatatan keuangan. Keterbatasan literasi digital, kurangnya pendampingan, serta kendala infrastruktur jaringan di beberapa lokasi usaha juga menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas penggunaan QRIS.

Selain itu, preferensi konsumen UMKM yang masih cenderung menggunakan uang tunai turut memengaruhi tingkat penggunaan QRIS dalam transaksi sehari-hari. Kondisi ini menyebabkan QRIS belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai alat pembayaran utama, melainkan masih bersifat pelengkap. Oleh karena itu, diperlukan kajian empiris yang secara khusus menelaah sejauh mana penggunaan QRIS mampu meningkatkan efisiensi transaksi pembayaran pada sektor UMKM di Kota Serang.

Penelitian ini difokuskan pada sektor UMKM di Kota Serang untuk menganalisis efisiensi penggunaan QRIS dari aspek kecepatan transaksi, pengurangan biaya operasional, keamanan pembayaran, serta kemudahan pencatatan keuangan. Hasil

penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam mendukung kebijakan penguatan UMKM melalui optimalisasi sistem pembayaran digital berbasis QRIS.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem pembayaran digital merupakan inovasi dalam bidang keuangan yang memanfaatkan teknologi informasi untuk memfasilitasi transaksi non-tunai secara efisien dan aman. Menurut Bank Indonesia (2020), sistem pembayaran digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi transaksi ekonomi, menurunkan biaya transaksi, serta mendukung inklusi keuangan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kemudahan dan kecepatan dalam proses pembayaran dapat meningkatkan efektivitas operasional pelaku usaha, khususnya pada sektor UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standar pembayaran berbasis kode QR yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk menyatukan berbagai layanan pembayaran digital dalam satu sistem yang terintegrasi. Bank Indonesia (2019) menjelaskan bahwa QRIS dirancang untuk meningkatkan efisiensi, keamanan, dan interoperabilitas sistem pembayaran nasional. Penelitian Nugroho dan Pratiwi (2021) menunjukkan bahwa penggunaan QRIS mampu mempercepat proses transaksi dan mengurangi kesalahan pembayaran pada UMKM. Sementara itu, Sari, Putra, dan Wijaya (2022) menemukan bahwa QRIS memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menerima pembayaran dari berbagai aplikasi tanpa perlu menyediakan banyak alat pembayaran.

Efisiensi transaksi pembayaran didefinisikan sebagai kemampuan sistem pembayaran dalam meminimalkan

penggunaan waktu, biaya, dan tenaga, tanpa mengurangi kualitas dan keamanan transaksi. Mardiasmo (2018) menyatakan bahwa efisiensi keuangan dapat diukur melalui penghematan biaya operasional dan peningkatan ketepatan pencatatan transaksi. Penelitian Fitriani dan Rahman (2020) membuktikan bahwa sistem pembayaran non-tunai berpengaruh positif terhadap efisiensi operasional UMKM, terutama dalam hal kecepatan transaksi dan transparansi keuangan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian daerah, termasuk di Kabupaten Serang, sebagai penggerak utama aktivitas ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Rahayu (2019) menegaskan bahwa digitalisasi UMKM, termasuk dalam sistem pembayaran, menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Lestari dan Prabowo (2021) menemukan bahwa adopsi pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan UMKM dan memperluas akses pasar.

Penerimaan teknologi pembayaran digital oleh pelaku UMKM dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memengaruhi sikap dan niat individu dalam menggunakan teknologi. Penelitian Utami dan Hidayat (2021) membuktikan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat QRIS berpengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi QRIS pada UMKM. Selain itu, Rogers (2003) melalui teori *Diffusion of Innovations* menjelaskan bahwa adopsi inovasi dipengaruhi oleh keunggulan relatif, kompatibilitas, dan kompleksitas inovasi tersebut.

Berdasarkan kajian literatur dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS memiliki potensi besar dalam meningkatkan efisiensi transaksi pembayaran UMKM melalui kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, biaya transaksi yang lebih rendah, interoperabilitas, dan pencatatan transaksi yang lebih baik. Namun, penelitian terkait efisiensi penggunaan QRIS yang secara spesifik berfokus pada UMKM di Kabupaten Serang masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menguji pengaruh penggunaan QRIS terhadap efisiensi transaksi pembayaran UMKM di Kabupaten Serang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi transaksi pembayaran pada UMKM di Kabupaten Serang.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan penelitian deskriptif dan asosiatif, yang bertujuan untuk menggambarkan tingkat penggunaan QRIS serta menganalisis pengaruhnya terhadap efisiensi transaksi pembayaran pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik penggunaan QRIS, sedangkan pendekatan asosiatif digunakan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel penelitian.

Sasaran penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Serang yang telah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai. Populasi penelitian mencakup seluruh UMKM pengguna QRIS yang terdaftar pada lembaga perbankan atau

penyedia jasa pembayaran di Kabupaten Serang. Mengingat keterbatasan akses data populasi secara keseluruhan, penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang disusun menggunakan skala Likert. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer terkait tingkat penggunaan QRIS dan efisiensi transaksi pembayaran yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Selain itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi Bank Indonesia, laporan instansi terkait, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan tingkat penggunaan QRIS pada UMKM di Kabupaten Serang. Analisis inferensial dilakukan dengan menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh penggunaan QRIS terhadap efisiensi transaksi pembayaran. Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian, serta uji asumsi klasik untuk memenuhi persyaratan analisis statistik.

Metode analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik, SPSS, untuk memperoleh hasil pengujian yang akurat dan objektif. Hasil analisis selanjutnya diinterpretasikan untuk menarik kesimpulan mengenai tingkat efisiensi penggunaan QRIS dalam transaksi pembayaran UMKM di Kabupaten Serang serta implikasinya terhadap pengembangan sistem pembayaran digital di tingkat daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS pada sektor UMKM di Kota Serang berada pada kategori baik, ditinjau dari aspek kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, dan biaya transaksi. Sebagian besar responden menyatakan bahwa QRIS memudahkan proses pembayaran karena dapat digunakan oleh berbagai aplikasi pembayaran tanpa perlu menyediakan alat pembayaran yang beragam. Selain itu, penggunaan QRIS dinilai mampu mempercepat proses transaksi dan mengurangi ketergantungan terhadap uang tunai.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel efisiensi transaksi pembayaran menunjukkan bahwa pelaku UMKM merasakan adanya peningkatan efisiensi setelah menggunakan QRIS. Efisiensi tersebut tercermin dari penghematan waktu transaksi, berkurangnya kesalahan dalam penghitungan pembayaran, serta kemudahan dalam pencatatan keuangan. QRIS juga membantu pelaku UMKM dalam memantau arus kas usaha secara lebih terstruktur karena setiap transaksi tercatat secara otomatis melalui aplikasi pembayaran.

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi transaksi pembayaran UMKM di Kota Serang. Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang berarti hipotesis penelitian diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat penggunaan QRIS, maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi transaksi pembayaran pada UMKM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi transaksi pembayaran pada sektor UMKM di Kota

Serang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pratiwi dan Nugroho (2021) yang menyatakan bahwa penerapan sistem pembayaran berbasis QR code mampu meningkatkan efisiensi waktu transaksi dan mempermudah proses pembayaran pada UMKM sektor ritel. Kemudahan penggunaan dan kecepatan transaksi menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan efisiensi operasional usaha.

Penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian Sari, Putra, dan Wijaya (2022) yang menemukan bahwa penggunaan QRIS memberikan dampak positif terhadap produktivitas UMKM melalui pengurangan antrean pembayaran dan peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen. Hasil serupa ditemukan pada UMKM di Kota Serang, di mana QRIS dinilai mampu mempercepat proses transaksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari indikator kemudahan penggunaan, hasil penelitian ini memperkuat temuan Habil Febrian (2023) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor utama dalam adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM. Pelaku UMKM di Kabupaten Serang cenderung menerima QRIS karena sistemnya sederhana dan tidak memerlukan perangkat tambahan yang kompleks. Hal ini sesuai dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang menekankan bahwa kemudahan penggunaan memengaruhi tingkat penerimaan teknologi.

Pada indikator kecepatan transaksi, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari, Putra, dan Wijaya (2022) yang menemukan bahwa penggunaan QRIS mampu mempercepat proses pembayaran dan mengurangi antrean konsumen. UMKM di Kabupaten Serang yang menggunakan QRIS merasakan efisiensi waktu transaksi, sehingga kualitas pelayanan kepada konsumen meningkat. Kondisi ini

menunjukkan bahwa manfaat QRIS dalam meningkatkan kecepatan transaksi bersifat konsisten lintas wilayah.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Rahman dan Fitriani (2020) terkait indikator biaya transaksi, yang menyatakan bahwa pembayaran non-tunai dapat menekan biaya operasional UMKM. Pelaku UMKM di Kabupaten Serang menilai biaya penggunaan QRIS relatif terjangkau dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Dengan demikian, QRIS tidak menjadi beban tambahan bagi UMKM, melainkan justru mendukung efisiensi usaha.

Dari aspek keamanan transaksi, temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawan dan Lestari (2022) yang menyatakan bahwa sistem pembayaran digital mampu mengurangi risiko kehilangan uang tunai dan kesalahan penghitungan pembayaran. Pelaku UMKM di Kabupaten Serang merasa lebih aman karena transaksi tercatat secara otomatis, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap penggunaan QRIS dalam jangka panjang.

Selanjutnya, indikator interoperabilitas dalam penelitian ini mendukung temuan Wibowo et al. (2023) yang menegaskan bahwa standar nasional QRIS memudahkan UMKM dalam menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran. Kemampuan interoperabilitas ini memberikan fleksibilitas bagi UMKM di Kabupaten Serang serta meningkatkan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa QRIS mampu meningkatkan efisiensi transaksi pembayaran pada sektor UMKM. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi tambahan dengan menyoroti konteks Kabupaten Serang sebagai wilayah dengan

karakteristik sosial dan infrastruktur yang beragam. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun QRIS efektif meningkatkan efisiensi, keberhasilannya tetap dipengaruhi oleh tingkat literasi digital dan kesiapan infrastruktur daerah.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS pada sektor UMKM di Kabupaten Serang telah berjalan dengan baik dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan efisiensi transaksi pembayaran. Hal ini ditunjukkan oleh penilaian positif pelaku UMKM terhadap indikator kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, biaya transaksi, interoperabilitas, serta pencatatan transaksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kecepatan transaksi menjadi faktor utama yang dirasakan langsung oleh pelaku UMKM di Kabupaten Serang dalam mendukung efisiensi operasional usaha. QRIS mempermudah proses pembayaran, mengurangi waktu transaksi, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Selain itu, aspek keamanan dan biaya transaksi yang relatif terjangkau turut memperkuat kepercayaan pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai.

Meskipun demikian, hasil dan pembahasan penelitian mengindikasikan bahwa pemanfaatan QRIS pada UMKM di Kabupaten Serang belum sepenuhnya optimal. Kendala berupa keterbatasan literasi digital dan kualitas jaringan di beberapa wilayah masih memengaruhi tingkat penggunaan QRIS. Oleh karena itu, optimalisasi manfaat QRIS memerlukan

dukungan berkelanjutan melalui peningkatan edukasi digital dan penguatan infrastruktur agar efisiensi transaksi pembayaran UMKM dapat ditingkatkan secara lebih merata.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2019). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur tentang Implementasi QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2020). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten. (2022). *Profil UMKM Provinsi Banten*. Serang: Dinas Koperasi dan UMKM.
- Fitriani, R., & Rahman, A. (2020). Pengaruh sistem pembayaran non-tunai terhadap efisiensi operasional UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 112–121.
- Febrian, Habil. (2023). “Analisis Penggunaan Berkelanjutan Digital Banking Dengan Fitur Layanan Sebagai Variabel Moderasi Pada Nasabah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(02):2135–45.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniawan, D., & Lestari, S. (2022). *Analisis faktor penghambat adopsi QRIS pada UMKM*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 45–56.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, E., & Prabowo, H. (2021). Digitalisasi UMKM melalui sistem pembayaran elektronik. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(1), 1–12.
- Nugroho, A., & Pratiwi, R. (2021). Efektivitas penggunaan QR code sebagai alat pembayaran digital pada UMKM. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(3), 389–401.
- Putri, A. R., & Ramadhan, F. (2021). Peran pembayaran digital dalam peningkatan transparansi keuangan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 16(2), 134–145.
- Rahayu, S. M. (2019). *Digitalisasi UMKM dan Tantangannya di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Sari, N., Putra, Y., & Wijaya, D. (2022). Pengaruh QRIS terhadap efisiensi transaksi pembayaran UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 78–89.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, P., & Hidayat, R. (2021). Penerimaan teknologi pembayaran digital pada UMKM menggunakan TAM. *Jurnal Sistem Informasi*, 17(1), 23–35.
- Wibowo, A., Santoso, B., & Mahendra, R. (2023). Interoperabilitas QRIS dalam penguatan sistem pembayaran nasional. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 8(1), 55–67.
- World Bank. (2020). *Digital Financial Services*. Washington, DC: World Bank.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Yuniarti, S., & Khasanah, U. (2022). Literasi digital dan adopsi pembayaran non-tunai pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 23(2), 201–212.

PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI IPHONE DI KOTA CILEGON

Muhamad Fulaisum Firdaus¹

firdausfules29@gmail.com

Teddy Aprilliadi²

teddyaprilliadi@gmail.com

Laili Yuni Arifatul Fadhilah³

lailiyuni02@gmail.com

Universitas Al-Khairiyah¹⁻³

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and lifestyle on the interest in purchasing iPhones in the city of Cilegon. This study uses a quantitative approach with a population of all consumers who visit and plan to purchase iPhone products at the Erafone Cilegon store. The sample used consisted of 100 respondents selected through accidental sampling. Data were collected using a closed questionnaire with a 5-point Likert scale and analyzed using multiple linear regression tests. The results showed that brand image and lifestyle significantly influenced the intention to purchase an iPhone, both partially and simultaneously. A strong brand image can add value to a product, thereby attracting attention and increasing consumer loyalty. Meanwhile, lifestyle also plays an important role in determining individual preferences and consumption patterns, including interest in purchasing premium products such as the iPhone.

Keywords: Brand Image, Lifestyle, Purchase Interest.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap minat beli iPhone di Kota Cilegon. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi seluruh konsumen yang berkunjung dan berencana membeli produk iPhone di toko Erafone Cilegon. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala likert 5 poin dan dianalisa menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli iPhone, baik secara parsial maupun simultan. Citra merek yang kuat dapat memberikan nilai tambah bagi suatu produk, sehingga mampu menarik perhatian dan meningkatkan loyalitas konsumen. Sementara itu, gaya hidup juga memainkan peran penting dalam menentukan preferensi dan pola konsumsi individu, termasuk dalam minat beli produk premium seperti iPhone.

Kata kunci: Citra Merek, Gaya Hidup, Minat Beli.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Komunikasi yang dulunya terbatas pada tatap muka dan media cetak kini telah berkembang pesat berkat kehadiran perangkat digital, terutama smartphone. Smartphone telah mengubah cara berinteraksi setiap individu dengan individu lainnya. Berdasarkan data yang dilansir dari investor.id bahwa pengguna smartphone di Indonesia diproyeksikan mencapai 194,26 juta pada tahun 2024, bertambah 4,23 juta dibandingkan dengan tahun 2023 masih 190,03 juta.

Saat ini, smartphone dengan sistem operasi Android telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling populer. Meskipun banyak merek smartphone baru yang bermunculan dan juga dengan harga yang lebih terjangkau, iPhone tetap menjadi merek smartphone pilihan favorit bagi banyak pengguna. Smartphone iPhone dikeluarkan oleh Apple Inc. dan mulai dipromosikan sejak tahun 2007. Apple telah berhasil membangun citra merek yang kuat di benak pelanggan. Produk iPhone lahir dari perusahaan teknologi multinasional di California dan didirikan oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne. Smartphone iPhone mencoba masuk di pasar dengan konsep yang berbeda, bisa dilihat dari aspek harga dan kualitas produk tersebut. Smartphone iPhone dirancang dengan sistem operasi yang berbeda pula dengan smartphone lain dan hanya produk dari Apple yang menggunakan operating system sendiri yaitu iPhone operating system (iOS).

Citra merek (brand image) merupakan persepsi konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk dari pengalaman, informasi, serta interaksi yang terjadi antara konsumen

dan merek tersebut. Citra merek adalah konsep, kumpulan pendapat, dan persepsi seseorang tentang merek tertentu. Di pasar yang kompetitif, citra merek memainkan peran penting karena hal tersebut dapat menjadi pembeda dari suatu perusahaan atau produk dengan yang lainnya. Meskipun produk dapat dengan mudah ditiru, tetapi citra merek yang melekat di benak konsumen, tidak bisa direplikasi.

Gaya hidup merupakan pola perilaku individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang tercermin dari pilihan aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti nilai pribadi, latar belakang sosial, pekerjaan, lingkungan, serta perkembangan zaman. Gaya hidup tidak lagi sekadar cara individu memenuhi kebutuhan dasar, melainkan mencerminkan nilai, kepribadian, dan status sosial seseorang di mata lingkungannya.

Minat beli merupakan salah satu konsep penting dalam perilaku konsumen yang menjadi fokus utama dalam dunia pemasaran. Minat beli dapat diartikan sebagai suatu keinginan atau kecenderungan dalam diri konsumen untuk melakukan tindakan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Minat ini muncul sebagai hasil dari proses psikologis yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam diri konsumen maupun dari lingkungan eksternal.

Dalam beberapa waktu terakhir, iPhone mengalami penurunan pembelian terutama di Erafone Cilegon. Berdasarkan hasil pra-riset dengan konsumen di Erafone Cilegon bahwa citra merek iPhone menghadapi beberapa permasalahan yang dapat mengakibatkan penurunan minat beli iPhone seperti, persepsi harganya yang tinggi, ketahanan baterai yang cepat habis, keterbatasan sistem operasi iOS pada iPhone yang tertutup, dan citra merek iPhone lebih

bersifat artifisial. Selain itu, perbedaan dalam gaya hidup antara segmen pasar yang berbeda dapat menyebabkan penurunan minat beli terhadap iPhone.

Secara keseluruhan, citra merek dan gaya hidup memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap iPhone. Dengan citra merek yang positif dapat memberikan nilai tambah bagi produk, sementara gaya hidup menciptakan kebutuhan status sosial yang sesuai dengan apa yang ditawarkan iPhone. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi minat beli iPhone.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa citra merek dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat beli. Penelitian yang telah dilakukan oleh Arif Sudaryana et al. (2023) menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, brand ambassador, dan getok tular memiliki dampak positif dan signifikan pada minat beli. Selanjutnya penelitian yang telah dilakukan oleh Januar Habibi Mahsyar (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara persepsi harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap minat beli. Penelitian lainnya yang telah dilakukan oleh Oktarifa Anggun Saputri dan Hery Pudjoprastyono (2024) menunjukkan bahwa brand ambassador, citra merek, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Pada penelitian-penelitian sebelumnya belum ada penelitian yang mengkaji secara simultan pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap minat beli iPhone, serta belum adanya yang meneliti pada konsumen iPhone di Erafone Cilegon, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap minat beli iPhone di Kota Cilegon. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi pihak iPhone untuk meningkatkan citra merek dan menyesuaikan gaya hidup konsumen

TINJAUAN PUSTAKA

Citra Merek

Citra merek memiliki arti sebagai sebuah upaya pengelolaan suatu merek agar mendapat kesan mendalam dan positif dimata konsumen. Pengelolaan merek ini sendiri dilakukan dengan upaya serta langkah positif dengan meningkatkan kualitas produksi barang itu sendiri. Peningkatan kualitas merek ini sendiri dilakukan secara berkepanjangan dan terus menerus guna mempertahankan animo konsumen dan loyalitas pelanggan (Dian Eka Putri et al., 2021 ; 219).

Citra merek merupakan deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (brand image) adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau dalam ingatan konsumen (Dian Meliantari, 2023; 138). Citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dibenak konsumen. Semakin bagus citra merek suatu perusahaan akan memunculkan kesan tersendiri terhadap pola pikir konsumen untuk membelinya (Rio Nardo et al., 2024; 57)

Citra Merek adalah persepsi atau gambaran merek di benak konsumen, yang terbentuk dari pengalaman, komunikasi merek, dan atribut produk. Citra merek yang positif dan kuat dapat meningkatkan minat beli dengan membuat konsumen merasa lebih percaya diri dalam memilih merek

tersebut. Citra merek yang baik juga dapat menciptakan hubungan emosional dengan konsumen, yang mendorong loyalitas dan keputusan pembelian (Aditya Wardhana 2021; 221). Citra merek dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

- 1) Keunggulan asosiasi merek, yaitu dimana merek berada di depan persaingan. Karena kualitas (model) dan fitur yang unggul memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen.
- 2) Kekuatan asosiasi merek, adalah asosiasi merek yang bergantung pada bagaimana informasi memasuki memori konsumen dan bagaimana prosesnya tetap menjadi bagian dari citra merek.
- 3) Keunikan asosiasi merek, artinya asosiasi dengan merek mau tidak mau harus dibagi dengan merek lain. Oleh karena itu, perlu diciptakan suatu keunggulan kompetitif yang menjadi landasan bagi konsumen untuk memilih merek tertentu.

Gaya Hidup

Gaya hidup (lifestyle) adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Istilah gaya hidup pada awalnya dibuat oleh psikolog Austria, Alfred Adler dan Ferdinand the Bull, pada tahun 1929. Pengertiannya yang lebih luas, sebagaimana dipahami pada hari ini, mulai digunakan sejak 1961 (Andrian et al., 2022; 37).

Gaya hidup seseorang konsumen adalah gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang (Doni Juni Priansa, 2021; 185). Gaya hidup adalah pola hidup yang beragam, di antaranya pola hidup mandiri, modern,

sehat, hedonistik, hemat, dan bebas (Nasib et al., 2021; 46).

Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya (Ekawati, 2021; 64). Gaya hidup seseorang juga bisa dilihat pada apa yang disenangi dan disukainya. Gaya hidup seseorang juga bisa ditunjukkan dengan melihat pada pendapatnya terhadap objek tertentu (Estu Maharani et al., 2021; 22). Gaya hidup dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

- 1) Aktivitas, dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam mencari produk atau jasa yang dibutuhkan. Konsumen yang memang membutuhkan produk atau jasa maka akan lebih aktif dalam mencarinya baik secara langsung maupun tidak langsung.
- 2) Minat, minat seorang konsumen juga dapat menggambarkan gaya hidupnya. Minat membuat gaya hidup dapat berubah dalam penggunaan produk atau jasa. Konsumen yang memiliki minat yang tinggi memiliki kecenderungan untuk memilih suatu produk atau jasa dengan merek tertentu.
- 3) Opini, opini adalah yang berputar di sekitar konsumen dan emosi dalam menanggapi isu-isu global, lokal, ekonomi dan sosial. Pendapat umumnya digunakan untuk menggambarkan interpretasi, harapan, dan penilaian. Keyakinan tentang niat orang lain, mengantisipasi kejadian di masa depan, dan menimbang konsekuensi yang menguntungkan atau menghukum dari tindakan alternatif.

Minat Beli

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang menampakkan ketertarikan terhadap suatu produk sehingga menimbulkan minat untuk membeli produk atau jasa. Konsumen yang belum melakukan pembelian disebut sebagai calon pembeli (Luhglatno et al., 2024; 124).

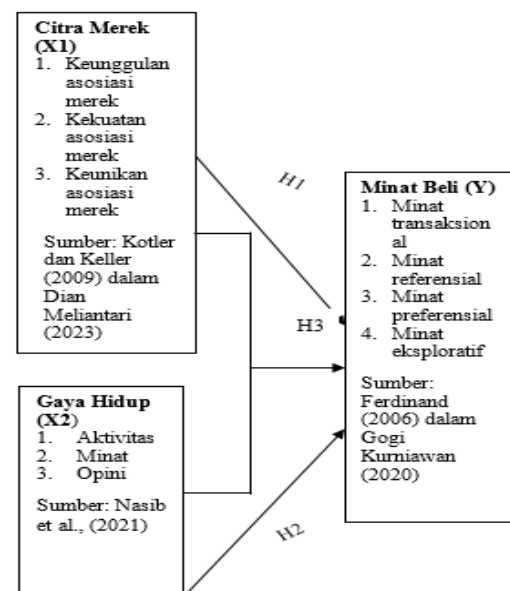
Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum minat membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli (willingness to buy) juga dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli produk. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Minat untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi (Gogi Kurniawan, 2020; 48).

Minat beli (purchase intention) merupakan rencana keputusan untuk membeli produk atau merek tertentu yang dibuat melalui proses pemilihan dan pengambilan keputusan. Dengan kata lain, minat beli adalah suatu rencana untuk membeli produk khusus setelah melalui pertimbangan yang matang yang mencerminkan perilaku konsumen di mana mereka memiliki keinginan untuk membeli atau memilih produk tertentu, berdasarkan pengalaman dalam pemilihan, penggunaan, dan konsumsi, atau bahkan atas keinginan tertentu terhadap suatu produk (Aditya Wardhana, 2021; 86). Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain

- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Kerangka Penelitian



METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik utama dalam pengumpulan data. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang berfokus pada pengungkapan hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap minat beli iPhone di Kota Cilegon.

Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan melalui teknik non-probability sampling, yakni pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu dari populasi yang ada (Sugiyono, 2007). Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert 5 poin, dengan kategori jawaban: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), hingga Sangat Setuju (SS). Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian.

Data yang diperoleh dianalisis melalui dua tahapan, yaitu analisis deskriptif untuk memberikan gambaran karakteristik data, serta analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel secara simultan maupun parsial. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS for Windows versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Tabel 11 Uji Hipotesis Secara Parsial (X₁) Terhadap (Y) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.363	.973		3.455	.001
Citra Merek	.608	.037	.958	33.044	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t_{hitung} . Nilai yang dihasilkan dari uji hipotesis untuk t_{hitung} sebesar 33,044. Hasil ini kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikan (α) sebesar (0,05) dan $df = n - k = 100 - 3 = 97$. Maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,984 dan melihat nilai signifikan variabel

citra merek (X₁) sebesar 0,000.

Maka dapat disimpulkan, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (33,044 > 1,984) dan nilai signifikan $0,000 < \alpha$ (0,05), maka H₀ ditolak H_a diterima. Berdasarkan uji signifikan diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek (X₁) terhadap minat beli (Y).

Tabel 12 Uji Hipotesis Secara Parsial (X₂) Terhadap (Y) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.431	1.800		9.684	.000
Gaya Hidup	.695	.069	.712	10.051	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t_{hitung} . Nilai yang dihasilkan dari uji hipotesis untuk t_{hitung} sebesar 10,051. Hasil ini kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikan (α) sebesar (0,05) dan $df = n - k = 100 - 3 = 97$. Maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,984 dan melihat nilai signifikan variabel gaya hidup (X₂) sebesar 0,000.

Maka dapat disimpulkan, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (10,051 > 1,984) dan nilai signifikan $0,000 < \alpha$ (0,05), maka H₀ ditolak H_a diterima. Berdasarkan uji signifikan diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel gaya hidup (X₂) terhadap minat beli (Y).

2. Uji F (Simultan)

Tabel 13 Hasil Perhitungan Uji F (Stimultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	271.857	2	95.929	158.852	.000 ^b
	Residual	50.653	97	.522		
	Total	362.510	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup (X₂), Citra Merek(X₁)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel diatas nilai F_{tabel} dengan ketentuan 0,05 dan $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = n - k = 100 - 3 = 97$. Sehingga diperoleh nilai F_{tabel} 3,09, berdasarkan tabel hasil uji F diatas diperoleh F_{hitung} (158,852) $> F_{tabel}$ (3,09), karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel citra merek dan gaya hidup terhadap minat beli.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Merek (X₁) Terhadap Minat Beli (Y)

Menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang pertama dalam penelitian ini adalah untuk menguji serta mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan tabel 4.24 dalam uji T (Parsial) menunjukkan bahwa hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} (33,044) $> t_{tabel}$ (1,984) dan nilai sig (0,000) $< 0,05$ di mana dapat diartikan bahwa pengujian hipotesis pertama H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek (X₁) terhadap minat beli (Y).

Selanjutnya berdasarkan analisis regresi linier sederhana, diperoleh nilai konstanta terhadap variabel minat beli tanpa variabel citra merek adalah sebesar 13,363. Serta, jika terdapat penambahan 1 satuan tingkat variabel citra merek maka variabel minat beli akan meningkat sebesar 0,608.

Pengaruh Gaya Hidup (X₂) Terhadap Minat Beli (Y)

Menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang kedua dalam penelitian ini adalah untuk menguji serta mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan tabel 4.25 dalam uji T (Parsial) menunjukkan bahwa hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} (10,051) $> t_{tabel}$ (1,984) dan nilai sig (0,000) $< 0,05$ di mana dapat diartikan bahwa pengujian hipotesis kedua H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel gaya hidup (X₂) terhadap minat beli (Y).

Selanjutnya berdasarkan analisis regresi linier sederhana, diperoleh nilai konstanta terhadap variabel minat beli tanpa variabel gaya hidup adalah sebesar 17,431. Serta, jika terdapat penambahan 1 satuan tingkat variabel gaya hidup maka variabel minat beli akan meningkat sebesar 0,695.

Pengaruh Citra Merek (X₁) dan Gaya Hidup (X₂) Terhadap Minat Beli (Y)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,924 artinya bahwa 92,4% minat beli iPhone di Kota Cilegon dipengaruhi oleh faktor citra merek dan gaya hidup. Sedangkan sisanya 7,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Maka pengaruh antara citra merek dan gaya hidup terhadap minat beli adalah sangat kuat.

Menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang ketiga dalam penelitian ini adalah untuk menguji serta mengetahui apakah citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap minat beli. Berdasarkan tabel 4.26 dalam uji F (Simultan) menunjukkan bahwa hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (158,852) > F_{tabel} (3,09)$ dan nilai sig $(0,000) < 0,05$ di mana dapat diartikan bahwa pengujian hipotesis ketiga H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka, terdapat pengaruh yang positif dan simultan antara variabel citra merek dan variabel gaya hidup (X_2) terhadap minat beli (Y).

Minat beli merupakan tahap awal dalam proses pembelian, di mana konsumen mulai tertarik dan memiliki keinginan untuk memiliki atau menggunakan produk tersebut. Banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi minat beli, dua diantaranya adalah citra merek dan gaya hidup yang seringkali saling berinteraksi dalam mempengaruhi minat beli. Dengan memahami bagaimana citra merek dan gaya hidup mempengaruhi minat beli, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (33,044 > 1,984)$ dan nilai signifikan $0,000 < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Berarti variabel citra merek (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Selanjutnya, Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (10,051 > 1,984)$ dan nilai signifikan $0,000 < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Berarti dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli

(Y).

Berdasarkan tabel diatas nilai f tabel dengan ketentuan 0,05 dan $df_1 = K-1 = 3-1 = 2$ dan $df_2 = n - k = 100 - 3 = 97$. Sehingga diperoleh nilai $F_{tabel} 3,09$, berdasarkan tabel hasil uji F diatas diperoleh $F_{hitung} (158,852) > F_{tabel} (3,09)$, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra merek dan gaya hidup terhadap minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, Indra Christophorus, Putra Jumawan, and M. Fadhli Nursal. 2022. Perilaku Konsumen. Cetakan Ke-1. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Kurniawan, Gogi. 2020. Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce. Cetakan Ke-1. Bandung: Mitra Abisatya, 2020.
- Luhglatno, Indra Sani, Iskandar Zulkarnain, Rilyane Suzan Rasita Sembiring, dan Mohamad Anggi Samukroni. 2024. Perilaku Konsumen. Cetakan Ke-1. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2024.
- Mahanani, Estu, Suwandi, Jayanti Apri Emarawati, Andri Nurtantiono, dan Novan Yurindera. 2021. Perilaku Konsumen Konsep Dan Implementasi. Cetakan Ke-1. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Mahsyar, H, J,. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Yamaha Vixion. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, Vol.3 No.1, <https://journal.uniku.ac.id/index.php/jeam>
- Nasib, Debora Tambuan, dan Syaifullah. 2021. Perilaku Konsumen (Studi

- Dalam Pemilihan Perguruan Tinggi).
Yogyakarta: Nuta Media.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. 2021. Perilaku
Konsumen Pengembangan Konsep Dan
Praktek Dalam Pemasaran.
Yogyakarta: IDEA Press Yogyakarta.
- Priansa, Donni Juni. 2021. Perilaku
Konsumen Dalam Persaingan Bisnis
Kontemporer. Bandung: ALFABETA,
cv.
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. Metodologi
Penelitian. Yogyakarta: Penerbit KBM
Indonesia.
- Saputri, O. A., & Pudjoprastyono, H. (2024).
Pengaruh Brand Ambassador, Citra
Merek, dan Kualitas Produk Terhadap
Minat Beli pada Produk Lipstik Merek
Viva Cosmetics di Kota Surabaya.
*Journal of Economic, Business and
Accounting*, Vol. 7 No. 3,
<https://journal.of.economic/index.php>
- Sudaryana, A, Susilowati, F, Faihaan, A, R.,
(2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya
Hidup, Kualitas Produk, Brand
Ambassador, dan Getok Tular Terhadap
Minat Beli Produk Smartphone Merek
Samsung di DIY. *The Journal of
Business and Management*, Vol. 6
No.3,
<https://bisman.journal/index.php/article>
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian
Kuantitatif. Diedit oleh Setiyawami.
Cetakan Ke-3. Bandung: ALFABETA,
cv.
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian
Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung:
ALFABETA, cv.
- Sujarweni, Wiratna. 2023. Metodologi
Penelitian. Yogyakarta:
PUSTAKABARUPRESS.
- Untari, Dhian Tyas. 2020. METODOLOGI
PENELITIAN: Penelitian
Kontemporer Bidang Ekonomi Dan
Bisnis. Jawa Tengah: CV. Pena
Persada.

ANALISIS PENGARUH MODAL INTELEKTUAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN RISIKO SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Fellisha Angelica Lie¹

fellish.202101020107@atmajaya.ac.id

Gabriel Prananingrum Aryanindita²

gabriel.prananingrum@atmajaya.ac.id

Caecilia Atmini Susilandari, Rr³

caecilia.atmini@atmajaya.ac.id

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya¹⁻³

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of analyzing the effect of intellectual capital on company performance, especially in the banking industry with risk management as a moderation. Intellectual capital itself includes knowledge, skills, and innovation that are expected to improve company performance. This improvement can be done through improving the operational systems or product or service innovations offered by the company. However, along with technological developments, risk management becomes important to manage potential risks that can arise and affect company performance. This study was conducted using secondary data in the form of annual reports and financial reports of banks listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2019-2023 period. This analysis was conducted using multiple regression to see the relationship between intellectual capital and company performance, as well as the role of risk management in moderating intellectual capital. The results of this study indicate that the intellectual capital variable and the moderating role of risk management have a significant influence on financial performance empirically.

Keywords: *Intellectual Capital, Company Performance, Risk Management.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh modal intelektual terhadap kinerja perusahaan, khususnya di industri perbankan dengan manajemen risiko sebagai moderator. Modal intelektual sendiri mencakup pengetahuan, keterampilan, dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan ini dapat dilakukan melalui peningkatan sistem operasional atau inovasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, manajemen risiko menjadi penting untuk mengelola potensi risiko yang dapat timbul dan memengaruhi kinerja perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan bank-bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) selama periode 2019-2023. Analisis ini dilakukan menggunakan regresi berganda untuk melihat hubungan antara modal intelektual dan kinerja perusahaan, serta peran manajemen risiko dalam memoderasi modal intelektual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal intelektual dan peran moderasi manajemen risiko secara empiris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan.

Kata kunci: Modal Intelektual, Kinerja Perusahaan, Manajemen Risiko.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri perbankan berperan penting dalam mendukung perekonomian suatu negara sebagai institusi intermediasi yang menghubungkan pihak dengan surplus dana dan pihak yang membutuhkan dana. Namun, di era saat ini yang memiliki perkembangan teknologi yang pesat, industri perbankan menghadapi tantangan yang semakin kompleks, yang mendorong bank untuk bersaing lebih ketat dan mengembangkan inovasi agar tetap relevan. Dengan peningkatan layanan yang lebih kompetitif dan relevan diharapkan dapat memberikan dampak pada kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan itu sendiri merupakan sebuah bukti hasil perusahaan yang dapat diukur dengan keuntungan suatu perusahaan di industri terkait yang dipengaruhi oleh besarnya keuntungan perusahaan tersebut (Kuncoro 2007:151). Kinerja perusahaan dapat diukur melalui profitabilitas, produktivitas, dan kepuasan pelanggan, yang akan menjadi indikator penting dari keberhasilan bank dalam menghadapi persaingan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, terdapat beragam aspek yang dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan, salah satunya adalah dengan modal intelektual. Modal intelektual dapat dikategorikan sebagai aset yang tidak memiliki wujud (intangible asset), yang dapat memberikan nilai kepada perusahaan (Mavridis 2004). Modal intelektual diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui peningkatan layanan, inovasi produk, dan efisiensi operasional. Namun, dengan meningkatnya kompleksitas operasional, risiko yang dihadapi oleh bank juga semakin beragam, termasuk risiko kredit dan reputasi. Maka dapat dikatakan bahwa modal intelektual memiliki pengaruh yang positif dalam meningkatkan kinerja

perusahaan melalui pemberian kontribusi bagi peningkatan layanan, inovasi produk, dan efisiensi operasional perbankan. Di sisi lain, meningkatnya kompleksitas operasional perusahaan sebagai upaya pengembangan kinerja perusahaan membuat risiko bank menjadi semakin beragam. Oleh karena itu, manajemen risiko yang efektif diperlukan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memitigasi risiko yang terkait dengan penggunaan modal intelektual, tanpa mengorbankan stabilitas dan kinerja perusahaan.

Praktik saat ini menunjukkan bahwa banyak bank belum memanfaatkan modal intelektual secara optimal, yang berdampak pada rendahnya kepuasan nasabah terhadap inovasi produk dan layanan. Hal ini dapat terjadi karena bank masih belum cukup efisien dalam mengelola modal intelektual dan manajemen risikonya yang menyebabkan kinerja perusahaan menjadi kurang optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pengelolaan modal intelektual yang dimoderasi oleh manajemen risiko terhadap kinerja perusahaan di industri perbankan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya modal intelektual dan peran manajemen risiko dalam meningkatkan kinerja bank, serta membantu bank merumuskan strategi yang efektif untuk menghadapi tantangan di masa depan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu, untuk mengetahui Analisis Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Manajemen Risiko Sebagai Variabel Moderasi.

LANDASAN TEORI

Resource Based View

Teori *Resource Based View* (RBV) yang

diperkenalkan oleh Wernerfelt pada tahun 1984 menjelaskan bahwa sumber daya yang memiliki keunikan tidak dapat ditiru, seperti modal intelektual yang merupakan sumber daya unik yang krusial bagi perusahaan. Modal intelektual menjadi dasar pendukung daya saing dan kinerja perusahaan, di mana perusahaan yang mampu mengelola sumber daya mereka dengan baik dapat menciptakan keunggulan kompetitif.

Modal Intelektual

Teori modal intelektual pertama kali diperkenalkan oleh John Kenneth Galbraith pada tahun 1969, yang menekankan pentingnya modal intelektual sebagai aset untuk menciptakan nilai dan keunggulan kompetitif. Kemudian pada tahun 1997, Thomas Stewart mengembangkan teori ini yang mendefinisikan modal intelektual sebagai total pengetahuan individu dalam perusahaan yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Bontis (1999) mengidentifikasi lima komponen utama modal intelektual: human capital, structural capital, relational capital, intellectual property, dan market assets, yang jika dikelola dengan baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Modal intelektual itu sendiri berperan penting dalam menciptakan keunggulan dan daya saing bagi perusahaan. Menurut Edvinsson & Malone (1996), modal intelektual merupakan aset bagi suatu organisasi, yang terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

1. Modal Manusia: Pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas individu, yang terbagi menjadi pengetahuan eksplisit dan implisit.
2. Modal Struktural: Termasuk hak merek, hak cipta, dan sistem informasi, dan
3. Modal Relasional: Kepercayaan dan jaringan yang terbentuk dari hubungan dengan pemangku kepentingan.

Pulic (2002) menambahkan bahwa modal intelektual juga mencakup sumber

daya manusia, modal struktural, dan capital employed, yang saling berkaitan untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Pulic, berasumsi bahwa komponen-komponen modal intelektual tersebut saling berkaitan serta memperkuat antar satu sama lain sehingga dapat menciptakan modal struktural dengan modal manusia. Oleh karena itu, pengelolaan modal intelektual yang baik dapat meningkatkan nilai dan daya saing perusahaan, serta berkontribusi pada kinerja finansial yang lebih baik. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengeksplorasi relevansi modal intelektual dalam meningkatkan kinerja perusahaan melalui pemanfaatan optimal dari human capital, structural capital, dan relational capital.

Manajemen Risiko

Teori manajemen risiko berkaitan dengan proses identifikasi, analisis, dan respons terhadap risiko yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Menurut Redja (2008), manajemen risiko mencakup kebijakan dan prosedur yang dikelola dan dimonitor untuk mengendalikan eksposur perusahaan terhadap risiko. Manajemen risiko yang efektif membantu perusahaan mengelola ketidakpastian dan melindungi aset, termasuk modal intelektual. Oleh karena itu, manajemen risiko mengambil peran penting dalam hal memoderasi modal intelektual yang akan berdampak pada kinerja perusahaan.

Salah satu kerangka kerja manajemen risiko yang sering diaplikasikan adalah teori COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), yang terdiri dari delapan komponen utama yang dapat membantu organisasi mengelola risiko yang mempengaruhi kinerja perusahaan, antara lain:

1. Lingkungan internal

2. Penetapan tujuan
3. Identifikasi peristiwa
4. Penilaian risiko
5. Respon terhadap risiko
6. Kegiatan pengendalian
7. Informasi dan komunikasi
8. Pemantauan

METODE PENELITIAN

Modal Intelektual

Modal intelektual adalah aset tidak terwujud yang berfungsi untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan menciptakan nilai lebih dibandingkan dengan perusahaan lain. Menurut Sotedjo dan Mursida (2014), modal intelektual mencakup pengetahuan, informasi, hak milik, dan pengalaman yang dapat menjadi dasar penciptaan kekayaan. Kartika dan Hartane (2013) menekankan bahwa modal intelektual adalah modal terpenting di luar aset fisik dan finansial. Untuk mengelola modal intelektual, perusahaan memerlukan kapasitas dan kapabilitas yang dapat diandalkan.

Ulum (2013) menyebutkan bahwa pengukuran modal intelektual dapat dilakukan dengan menggunakan Value Added Intellectual Coefficient (VAIC), yang terdiri dari tiga komponen utama:

- a. *Value Added Capital Employed* (VACA) Mengukur nilai tambah yang diciptakan melalui modal fisik, yang menunjukkan kontribusi setiap unit ekuitas terhadap nilai tambah organisasi.

$$VACA = \frac{\text{Value Added}}{\text{Capital Employed}}$$

$$\text{Value Added} = \text{Output} - \text{Input}$$

Keterangan:

- Output* (Out) : Total penjualan dan pendapatan lain.
Input (In) : Beban dan biaya-biaya (selain beban karyawan).

- karyawan).
Value Added (VA) : Selisih antara output dan input.
Capital Employed (CE) : Dana yang tersedia (ekuitas akhir)

- b. *Value Added Human Capital* (VAHU)

Menunjukkan nilai tambah yang dihasilkan dari dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja, yang mengindikasikan kemampuan human capital dalam menciptakan nilai.

$$VAHU = \frac{\text{Value Added}}{\text{Human Capital}}$$

$$\text{Value Added} = \text{Output} - \text{Input}$$

Keterangan:

- Output* (Out) : Total penjualan dan pendapatan lain.
Input (In) : Beban dan biaya-biaya (selain beban karyawan).
Value Added (VA) : Selisih antara output dan input.
Human Capital (HC) : Beban karyawan.

- c. *Structural Capital Value Added* (STVA)

Mengukur kontribusi dari structural capital dalam menciptakan nilai, menunjukkan hubungan antara kontribusi human capital dan structural capital dalam proses penciptaan nilai.

$$STVA = \frac{\text{Structural Capital}}{\text{Value Added}}$$

$$\text{Structural Capital} = \text{Value Added} - \text{Human Capital}$$

$$\text{Value Added} = \text{Output} - \text{Input}$$

Keterangan:

- Output* (Out) : Total penjualan dan pendapatan lain.
Input (In) : Beban dan biaya-biaya (selain beban karyawan).
Value : Selisih antara output dan input.

Added dan input.
(VA)
Human
Capital : Beban karyawan.
(HC)

Maka, formulasi perhitungan VAIC™ adalah sebagai berikut:

$$VAIC^{\text{TM}} = VACA + VAHU + STVA$$

Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™) merupakan indikator kemampuan intelektual organisasi yang mencerminkan pengelolaan modal intelektual secara keseluruhan.

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan, menurut Saragih et al. (2018), adalah kondisi suatu perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki selama periode tertentu, yang mencerminkan keadaan keuangan perusahaan. Analisis keuangan biasanya digunakan untuk menilai kinerja perusahaan, sehingga dapat memberikan gambaran tentang pencapaian keuangan suatu perusahaan dalam suatu periode. Kinerja yang baik menunjukkan bahwa sumber daya perusahaan telah digunakan secara efektif, sehingga dapat lebih mempersiapkan perusahaan untuk menghadapi perubahan. Kinerja keuangan biasanya dinilai oleh manajemen untuk memenuhi kewajiban kepada penyedia dana dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Harsono & Ary, 2020).

Salah satu cara untuk mengukur kinerja perusahaan adalah melalui profitabilitas, yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu (Utfiana & Hermanto, 2021). Menurut Munawir (2018), profitabilitas dapat diukur dengan Return on Assets (ROA), yang menunjukkan seberapa baik perusahaan mengelola sumber daya

operasionalnya untuk menghasilkan keuntungan. ROA dihitung dengan membandingkan laba sebelum pajak dengan rata-rata aset perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Rata-rata total aset}} \times 100\%$$

Manajemen Risiko

Manajemen risiko adalah serangkaian prosedur dan metode yang digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan risiko. Salah satu metode yang umum digunakan adalah COSO ERM 2004, yang terdiri dari 8 dimensi dengan jumlah 108 item, termasuk lingkungan internal, penetapan tujuan, identifikasi peristiwa, penilaian risiko, respon terhadap risiko, kegiatan pengendalian, informasi dan komunikasi, serta pemantauan. Oleh karena itu, variabel manajemen risiko ini dapat diukur menggunakan ERM Disclosure Index (ERMDI), yang tercantum dalam laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan.

$$ERMDI = \frac{\text{Total skor item ERM yang diungkapkan}}{108 \text{ item pengungkapan}} \times 100\%$$

Metode Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel

Populasi yang digunakan oleh peneliti terdiri dari entitas perbankan yang terdaftar di BEI sejak tahun 2019 dan memiliki laporan keuangan yang lengkap selama lima tahun berturut-turut (2019-2023). Selanjutnya, peneliti mengambil sampel sebesar 20 perusahaan yang dipilih dengan menerapkan teknik random sampling. Dalam studi ini, peneliti memilih untuk menerapkan analisis regresi berganda. Analisis ini dinilai cukup tepat untuk mengkaji bagaimana modal intelektual memberikan pengaruh ke kinerja perusahaan dengan manajemen risiko sebagai variabel moderasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik dalam penelitian ini berupa nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi dari variabel Modal Intelektual, Manajemen Risiko, dan Kinerja Perusahaan.

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal Intelektual	97	-6.75	6.79	3.1192	1.90615
Kinerja Perusahaan	97	-.18	.03	.0070	.02509
Manajemen Risiko	97	.56	.78	.6556	.04884
Valid N (listwise)	97				

Sumber: Hasil pengolahan data pada program SPSS 19

Berdasarkan tabel di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 data. Variabel yang pertama adalah variabel modal intelektual yang memiliki nilai rata-rata sebesar 3,1192 yang artinya adalah kemampuan bank dalam memanfaatkan modal intelektualnya adalah sebesar 3,1192, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan yang dianalisa dalam penelitian ini memiliki modal intelektual yang cukup baik. Nilai minimal sebesar -6,75 yang dimiliki oleh PT Bank Victoria Internasional (BVIC) yang artinya BVIC mengalami tantangan dalam pengelolaan modal intelektualnya sehingga mencerminkan adanya kerugian pada perusahaan. Nilai maksimal sebesar 6,79 yang dimiliki oleh PT Bank Permata, Tbk (BNLI) yang artinya bahwa BNLI dapat mengelola modal intelektualnya dengan sangat efektif. Nilai standar deviasi dari variabel ini adalah sebesar 1,90615.

Variabel kedua adalah kinerja perusahaan dengan nilai minimal sebesar -0,18 yang dimiliki oleh PT Bank Victoria International Tbk (BVIC) yang menandakan bahwa pada tahun tersebut (tahun 2020) BVIC tidak menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya, sehingga mencerminkan ROA yang negatif. Sedangkan nilai maksimal sebesar 0,03 yang dimiliki oleh PT

Bank Central Asia, Tbk (BBCA) pada tahun 2023 yang menandakan bahwa BBCA memiliki efisiensi yang cukup tinggi dalam rangka memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Nilai rata-rata sebesar 0,0070 dan standar deviasi dari variabel ini adalah sebesar 0,02509 yang berarti bahwa laba perusahaan sebesar 0,7% dari seluruh aset yang dimiliki dapat dihasilkan rata-rata perusahaan di sektor perbankan.

Variabel ketiga adalah manajemen risiko yang memiliki nilai minimal sebesar 0,56 atau 56% dimiliki oleh PT Bank Bumi Arta, Tbk (BNBA) yang berarti bahwa BNBA memiliki pengungkapan manajemen risiko terendah, sedangkan nilai maksimal sebesar 0,78 atau 78% yang dimiliki oleh PT Central Asia, Tbk (BBCA), yang artinya BBCA memiliki pengungkapan manajemen risiko tertinggi. Nilai rata-rata dari variabel ini adalah sebesar 0,6556 atau 65,56% dan Standar deviasi dari variabel ini adalah sebesar 0,04884. Artinya, tingkat pengungkapan ERM (Enterprise Risk Management) di perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 tergolong sedang.

Uji Statistik F

Tabel 2. Uji Hipotesis

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.004	3	.001	17.251	.000 ^a
	Residual	.007	93	.000		
	Total	.011	96			

a. Predictors: (Constant), MixMR, Manajemen Risiko, Modal Intelektual
b. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Sumber: Hasil pengolahan data pada program SPSS 19

Berdasarkan hasil di atas dapat dikatakan bahwa nilai signifikasinya adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa seluruh variabel independen di penelitian ini dapat mempengaruhi kinerja perusahaan secara bersama-sama.

Tabel 3. Uji Statistik

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.042	.027		1.535	.128
Modal Intelektual	-.021	.008	-3.694	-2.764	.007
Manajemen Risiko	-.059	.042	-.265	-1.397	.166
MixMR	.035	.011	4.292	3.076	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.598 ^a	.358	.337	.00853

a. Predictors: (Constant), MixMR, Manajemen Risiko, Modal Intelektual

Sumber: Hasil pengolahan data pada program SPSS 19

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikatakan bahwa variabel modal intelektual memiliki nilai signifikan 0,007 (lebih kecil dari 0,05) yang berarti variabel modal intelektual berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Variabel manajemen risiko memiliki nilai signifikan 0,166 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Variabel modal intelektual yang dimoderasi oleh manajemen risiko memiliki nilai signifikan sebesar 0,003 (lebih kecil dari 0,05). Artinya variabel modal intelektual yang dimoderasi manajemen risiko memiliki pengaruh yang signifikan.

Koefisien determinasi sebesar 33,7%. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa 34% variasi pada variabel Kinerja Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel Modal Intelektual dan variabel Manajemen Risiko sebagai moderasi. Sedangkan sisanya yang sebesar 66% disebabkan oleh alasan lain diluar model penelitian ini.

Tabel 4. Uji Analisa Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.042	.027		1.535	.128
Modal Intelektual	-.021	.008	-3.694	-2.764	.007
Manajemen Risiko	-.059	.042	-.265	-1.397	.166
MixMR	.035	.011	4.292	3.076	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Sumber: Hasil pengolahan data pada program SPSS 19

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, peneliti memperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Kinerja Perusahaan} = 0,042 - 0,021 \text{ Modal Intelektual} - 0,059 \text{ Manajemen Risiko} + 0,035 \text{ MixMR}$$

Sehingga, persamaan di atas dapat ditafsirkan sebagai berikut:

1. Apabila seluruh variabel bebas tidak memiliki efek terhadap kinerja perusahaan, maka kinerja perusahaan akan berubah sebesar nilai konstanta, yaitu 0,042.
2. MI memberikan efek negatif terhadap kinerja keuangan, Artinya, setiap terdapat peningkatan pada MI suatu bank, maka kinerja perusahaan tersebut akan menurun sebesar 0,021 setiap satu satuan MI.
3. MR memiliki efek negatif atas kinerja perusahaan. Artinya, setiap terdapat peningkatan pada MR suatu bank, maka kinerja perusahaan tersebut akan menurun sebesar 0,059 setiap satu satuan MR.
4. MR yang memoderasi MI memiliki efek positif terhadap kinerja perusahaan. Artinya, setiap terdapat peningkatan akan mengakibatkan peningkatan pada Kinerja Perusahaan sebesar 0,035 setiap satu satuan KP.

Pembahasan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel modal intelektual, manajemen risiko, dan interaksi antara keduanya (MIxMR) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Namun, secara parsial, hanya variabel modal intelektual dan MIxMR yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Berikut ini pembahasan mengenai hasil dari penelitian ini:

Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan

Pengaruh modal intelektual terhadap kinerja perusahaan ditemukan negatif signifikan, yang mungkin disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan untuk mengembangkan modal intelektual tidak diimbangi dengan peningkatan pendapatan, atau karena modal intelektual yang kurang dikelola dengan baik yang menyebabkan timbulnya kebingungan dan ketidakpastian dalam perusahaan. Selain itu, pengaruh negatif ini bisa juga dikarenakan perusahaan kurang memiliki sumber daya yang optimal dalam rangka untuk memanfaatkan modal intelektual yang mereka miliki secara optimal, sehingga menghambat proses implementasi strateginya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Yonatahan Raharjo Halim dan Hendra Wijaya (2020).

Pengaruh Manajemen Risiko Dalam Memoderasi Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan

Pengaruh manajemen risiko terhadap kinerja perusahaan ditemukan tidak signifikan, yang mungkin disebabkan oleh perusahaan tidak menerapkan manajemen risiko secara efektif, atau karena perusahaan hanya fokus pada risiko jangka pendek. Akan tetapi, seharusnya perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat menerapkan manajemen risiko secara efektif dan mempertimbangkan risiko jangka pendek & panjang.

Namun, interaksi antara modal intelektual dan manajemen risiko (MIxMR) ditemukan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, yang menunjukkan bahwa manajemen risiko yang baik dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan mengenai pengelolaan modal intelektual yang dimiliki.

Perlu diketahui bahwa penelitian ini memiliki beberapa kekurangan, seperti

ukuran sampel yang kecil, variabilitas dalam sampel, dan penilaian yang dilakukan secara subyektif pada pengungkapan manajemen risiko. Oleh karena itu, penelitian ini masih perlu dilakukan dengan lebih lanjut untuk memperoleh hasil yang lebih akurat. Dalam prakteknya, perusahaan di sektor industri perbankan dapat dibantu pengelolaannya melalui modal intelektual dan manajemen risiko yang baik untuk mencapai suatu keunggulan yang kompetitif. Dengan adanya modal intelektual, bank dapat meningkatkan investasi dalam banyak hal, seperti pelatihan dan pengembangan karyawannya, serta menciptakan budaya lingkungan yang baik untuk berbagi pengetahuan. Manajemen risiko dapat membantu perusahaan dalam hal identifikasi, menilai, dan memitigasi risiko yang mungkin dihadapi, sehingga dapat membantu bank dalam melaksanakan aktivitas operasional dan meningkatkan kinerja perusahaan.

PENUTUP

Modal intelektual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Artinya, modal intelektual memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Modal intelektual yang dimoderasi oleh manajemen risiko terhadap kinerja perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk peneliti selanjutnya, antara lain:

1. Pengukuran kinerja perusahaan menggunakan Tobins Q karena lebih dapat mencerminkan kondisi perusahaan sehingga diharapkan hasil penelitian dapat lebih mencerminkan kinerja perusahaan.
2. Perusahaan lebih meningkatkan kapasitas karyawan dalam membentuk nilai perusahaan karena kemampuan SDM menjadi

faktor yang penting dalam perusahaan.

3. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan perusahaan yang digunakan dalam penelitian, sehingga penelitian tidak hanya terfokus pada satu jenis sektor industri saja.
4. Peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel yang digunakan yang dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, H. (2023) 'Manajemen Risiko Operasional Bank Syariah; Teori dan Manfaat', *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 5(1), pp. 16–31.
- Arta, I. P. S. (2021) *Manajemen Risiko Tinjauan Teori dan Praktis*.
- Aryanindita, G. P. et al. (2024) 'Pengaruh Intellectual Capital Dengan Model Vaic Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Manufaktur di Indonesia', XVIII(1), pp. 97–112.
- Bimasakti, Y. K. and Warastuti, Y. (2024) 'Pengaruh Corporate Governance Dan Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2022', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), pp. 601–631.
- Elya Dasuki, R. (2021) 'Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View', *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), pp. 447–454.
- Ermawati, Y. (2017) 'Analisis Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) dan Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.', *Jurnal Future*, pp. 141–152.
- Halim, Y. R. and Wijaya, H. (2020) 'Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Manajemen Risiko Perusahaan Sebagai Moderasi', *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 13(2), pp. 78–87.
- Hidayat, R. W. and Pamungkas, W. S. (2023) 'Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Barang Konsumen Tahun 2020-2021', *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(2), pp. 1–15.
- Liana Susanto, Viriany, H. W. A. W. (2021) 'Ukuran Perusahaan Dan Tata Kelola Dalam Mengungkapkan Modal Intelektual', *Jurnal Ekonomi*, 26(1), p. 1.
- Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (2016) 'PJOK No 18/POJK.03/2016', *Otoritas Jasa Keuangan*, pp. 1–29.
- Putri, C. V. and Syafruddin, M. (2023) 'Pengaruh Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Keuangan Bank', *Diponegoro Journal Of Accounting*, 12(2), pp. 1–14.
- Putri, H. O., Sulistyowati, L. N. and Hariyani, D. S. (2024) 'Pengaruh Modal Intelektual, Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan', *E-Jurnal Akuntansi Tsm*, 4(1), p. 1.
- SANDY (2013) 'Analisis pengaruh modal intelektual terhadap kinerja perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia (2007-2011)'.
- Sari, N. P. (2022) 'Analisis Pengaruh Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Finansial Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi'
- Satrio, A. and Nasution, Y. (2024) 'Peran Modal Intelektual, Keunggulan Kompetitif, Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah', 18(2), pp. 1571–1584.

- Sharma, P. (2013) 'Origin Of Intellectual Capital: A Review', 3(8), pp. 322–346.
- SISKA (2016) 'Analisis Pengaruh Intellectual Capital, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Proporsi Dewan Komisaris Independen Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Masa Depan Pada Perusahaan Jasa Non-Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', pp. 1–23.
- Sutanto, N. and Siswantaya, I. G. (2016) 'Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Modus*, 26(1), p. 1.
- Ulum, I. (2018) 'Intellectual Capital Performance Sektor Perbankan di Indonesia Ihyaul', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(Ifa 1998), pp. 77–84.
- Wahyuningtias, E., Sari, P. P. and ... (2023) 'Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan: Studi Kasus pada Perbankan di Indonesia Tahun 2015-2022', *Indonesian Journal of ...*, 02(02), pp. 1–10.
- Wiryawati, K., Rinofah, R. and Maulida, A. (2022) 'Pengaruh Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2020', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), pp. 1062–1079.

ANALISIS KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH INDONESIA SETELAH MERGER

Faisal Amri¹

faisalamri.mdz@gmail.com

Asti Isnaeni²

astiisnaeni8@gmail.com

Nailatul Sitiqomah³

nailaistiqomah@gmail.com

Arsih Afiana⁴

arsihafiana@gmail.com

Universitas Al-Khairiyah¹⁻⁴

ABSTRACT

Financial performance is a key indicator in assessing the health, stability, and sustainability of a banking system, including Islamic banking. Bank Syariah Indonesia (BSI), as the largest Islamic bank in Indonesia, plays a strategic role in supporting the national financial system based on Islamic principles. This study aims to analyze the financial performance of Bank Syariah Indonesia using a financial ratio approach covering profitability, liquidity, solvency, and operational efficiency. The research method used is a quantitative descriptive approach utilizing secondary data in the form of BSI's annual financial reports. The analysis results indicate that BSI generally has relatively stable financial performance and shows a positive trend, particularly in terms of profitability and capitalization, reflecting the bank's ability to generate profits and maintain capital adequacy. However, challenges remain in the aspects of operational efficiency and the management of problem financing, which require optimal managerial strategies and strengthened governance. This research is expected to contribute to academics, practitioners, and stakeholders in understanding the condition and prospects of Bank Syariah Indonesia's financial performance in the future.

Keywords : *financial performance, Bank Syariah Indonesia, financial ratios, Islamic banking, profitability.*

ABSTRAK

Kinerja keuangan merupakan indikator utama dalam menilai tingkat kesehatan, stabilitas, dan keberlanjutan suatu perbankan, termasuk perbankan syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung sistem keuangan nasional berbasis prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia dengan menggunakan pendekatan rasio keuangan yang meliputi profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan efisiensi operasional. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan BSI. Hasil analisis menunjukkan bahwa BSI secara umum memiliki kinerja keuangan yang relatif stabil dan menunjukkan tren positif, khususnya dari sisi profitabilitas dan permodalan, yang mencerminkan kemampuan bank dalam menghasilkan laba



dan menjaga kecukupan modal. Namun demikian, tantangan masih terlihat pada aspek efisiensi operasional dan pengelolaan pembiayaan bermasalah, yang memerlukan strategi manajerial dan penguatan tata kelola yang lebih optimal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi akademisi, praktisi, dan pemangku kepentingan dalam memahami kondisi serta prospek kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia di masa mendatang.

Kata Kunci: kinerja keuangan, Bank Syariah Indonesia, rasio keuangan, perbankan syariah, profitabilitas.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perbankan syariah merupakan salah satu pilar penting dalam sistem keuangan nasional yang berperan sebagai lembaga intermediasi berbasis prinsip syariah. Melalui mekanisme penghimpunan dan penyaluran dana yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, perbankan syariah diharapkan mampu mendukung pertumbuhan sektor riil, meningkatkan inklusi keuangan, serta menciptakan stabilitas berkelanjutan ekonomi yang. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren positif yang ditandai dengan peningkatan aset, pembiayaan, dan variasi produk keuangan syariah.

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri keuangan syariah. Namun, jika dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia, kontribusi dan daya saing perbankan syariah Indonesia masih relatif tertinggal, baik dari sisi skala usaha maupun pangsa pasar. Kondisi ini mendorong perlunya langkah strategis untuk memperkuat struktur dan kinerja perbankan syariah nasional agar mampu bersaing di tingkat regional maupun global.

Salah satu kebijakan strategis yang ditempuh pemerintah adalah penggabungan (merger) tiga bank syariah milik negara, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah, menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Merger ini bertujuan untuk menciptakan sinergi, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat permodalan, serta memperluas jangkauan layanan perbankan syariah. Dengan penggabungan aset dan pasar, BSI diharapkan mampu menjadi bank syariah yang lebih kuat, kompetitif, dan berperan signifikan dalam mendukung

pembangunan ekonomi nasional.

Dalam konteks tersebut, analisis kinerja keuangan menjadi hal yang penting untuk dilakukan guna menilai kemampuan Bank Syariah Indonesia dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Kinerja keuangan mencerminkan tingkat kesehatan bank, khususnya dari aspek profitabilitas dan risiko, yang dapat diukur melalui berbagai rasio keuangan. Analisis ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan bank, tetapi juga menjadi dasar evaluasi bagi manajemen, investor, dan regulator dalam pengambilan keputusan.

Oleh karena itu, paper ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia dengan menggunakan indikator rasio keuangan yang relevan. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kinerja keuangan BSI serta kontribusinya dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu, untuk mengetahui Analisis Kinerja Keuangan Bank Syariah Indonesia Setelah Merger.

METODE PENELITIAN

Penelitian pendekatan ini kuantitatif menggunakan dengan jenis penelitian deskriptif-komparatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini menganalisis data numerik yang bersumber dari laporan keuangan, sedangkan metode deskriptif-komparatif digunakan untuk menggambarkan kondisi kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia sekaligus membandingkan kinerja keuangan pada periode pengamatan tertentu guna mengetahui perubahan yang terjadi. Objek penelitian adalah PT Bank Syariah Indonesia

Tbk (BSI), yang merupakan hasil merger tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Penelitian ini berfokus pada kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia yang tercermin dalam laporan keuangan perusahaan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data diperoleh dari laporan keuangan tahunan Bank Syariah Indonesia yang telah diaudit dan dipublikasikan secara resmi. Sumber data berasal dari publikasi Bank Syariah Indonesia, Bursa Efek Indonesia, serta sumber-sumber pendukung lain yang relevan dengan topik penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi, yaitu mengumpulkan, mencatat, dan mengolah data laporan keuangan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia. Kinerja keuangan tersebut diukur melalui beberapa indikator rasio keuangan yang meliputi profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio pasar. Kelima rasio tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kemampuan bank dalam menghasilkan laba, memenuhi kewajiban keuangan, mengelola aset secara efisien, serta merespons dinamika pasar.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif dan analisis rasio keuangan. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik data melalui nilai rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi dari masing-masing rasio keuangan. Selanjutnya, analisis rasio keuangan dilakukan untuk menilai tingkat kinerja dan kesehatan keuangan Bank Syariah Indonesia berdasarkan data laporan keuangan yang tersedia. Selain itu, penelitian ini menggunakan analisis komparatif untuk

membandingkan kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia pada periode pengamatan yang berbeda. Untuk mengetahui apakah perbedaan kinerja keuangan tersebut signifikan secara statistik, digunakan uji Paired Sample t-Test. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5 persen ($\alpha = 0,05$). Hasil pengujian ini digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan mengenai adanya perbedaan kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia pada periode yang dianalisis. Melalui tahapan penelitian yang sistematis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang objektif dan akurat mengenai kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen, regulator, selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PENUTUP

Analisis kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia (BSI) bertujuan untuk menilai kondisi dan perkembangan kinerja keuangan bank syariah, khususnya sebelum dan sesudah merger tiga bank syariah BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Kinerja keuangan merupakan indikator penting yang mencerminkan kemampuan bank dalam menjalankan fungsi intermediasi, menjaga stabilitas keuangan, serta menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan.

Pengukuran kinerja keuangan BSI dilakukan melalui pendekatan rasio keuangan yang meliputi profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio pasar, dengan menggunakan metode analisis komparatif dan uji statistik paired sample t-test.

Profitabilitas

Kinerja profitabilitas Bank Syariah Indonesia menunjukkan peningkatan yang konsisten selama periode 2021 hingga 2023. Rasio Return on Assets (ROA) mengalami kenaikan dari 1,61 persen pada tahun 2021 menjadi 1,98 persen pada tahun 2022 dan terus meningkat hingga mencapai 2,35 persen pada tahun 2023. Kenaikan ini menunjukkan bahwa kemampuan bank dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba semakin optimal dari tahun ke tahun. Selain itu, Return on Equity (ROE) juga mengalami pertumbuhan yang positif, dari 13,71 persen pada tahun 2021 menjadi 16,84 persen pada tahun 2022, dan relatif stabil pada level 16,88 persen di tahun 2023. Kondisi ini mencerminkan peningkatan efektivitas pengelolaan modal serta kemampuan bank dalam memberikan imbal hasil yang lebih baik kepada pemegang saham pasca merger.

Likuiditas

Dari sisi likuiditas, Bank Syariah Indonesia menunjukkan kemampuan intermediasi yang semakin kuat. Hal ini tercermin dari peningkatan rasio Financing to Deposit Ratio (FDR), yang naik dari 73,39 persen pada tahun 2021 menjadi 79,37 persen pada tahun 2022 dan kembali meningkat menjadi 81,73 persen pada tahun 2023. Peningkatan FDR ini mengindikasikan bahwa bank semakin optimal dalam menyalurkan dana pihak ketiga ke sektor pembiayaan, tanpa mengganggu stabilitas likuiditas. Kondisi tersebut juga mencerminkan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia pasca merger.

Solvabilitas

Pada aspek solvabilitas, Bank Syariah Indonesia memiliki tingkat kecukupan

modal yang relatif kuat sepanjang periode penelitian. Rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR) tercatat sebesar 22,09 persen pada tahun 2021, kemudian mengalami penurunan menjadi 20,29 persen pada tahun 2022, sebelum kembali meningkat menjadi 21,04 persen pada tahun 2023. Fluktuasi ini menunjukkan adanya permodalan seiring penyesuaian dengan ekspansi pembiayaan pasca merger. Meskipun demikian, tingkat CAR yang tetap berada di atas ketentuan menandakan minimum bahwa bank regulator memiliki kemampuan yang memadai untuk menyerap risiko dan menjaga stabilitas keuangan.

Kualitas Aset

Kualitas aset Bank Syariah Indonesia menunjukkan perbaikan yang signifikan selama periode pengamatan. Rasio Non Performing Financing (NPF) Gross mengalami penurunan dari 2,93 persen pada tahun 2021 menjadi 2,42 persen pada tahun 2022, dan kembali turun menjadi 2,08 persen pada tahun 2023. Penurunan rasio pembiayaan bermasalah ini mencerminkan semakin efektifnya penerapan manajemen risiko pembiayaan serta meningkatnya kualitas portofolio pembiayaan bank. Kondisi ini berdampak positif terhadap stabilitas pendapatan dan menurunkan potensi risiko kerugian.

Efisiensi Operasional

Dari aspek efisiensi operasional, Bank Syariah Indonesia menunjukkan kinerja yang semakin baik pasca merger. Rasio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) mengalami penurunan dari 80,46 persen pada tahun 2021 menjadi 75,88 persen pada tahun 2022 dan kembali turun signifikan menjadi 71,27 persen pada tahun 2023. Penurunan ini menunjukkan bahwa bank semakin efisien dalam mengendalikan biaya operasional. Selain itu,

Cost to Income Ratio (CIR) juga mengalami perbaikan, dari 52,57 persen pada tahun 2021 menjadi 51,01 persen pada tahun 2022, dan menurun lagi menjadi 49,86 persen pada tahun 2023. Kondisi tersebut mencerminkan keberhasilan bank dalam mengoptimalkan struktur biaya dan meningkatkan efisiensi operasional secara berkelanjutan. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas BSI mengalami peningkatan signifikan setelah merger, yang tercermin dari kenaikan rata-rata rasio profitabilitas. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa sinergi pasca-merger mampu memperkuat kemampuan bank dalam menghasilkan laba melalui optimalisasi aset dan pengelolaan sumber daya yang lebih terintegrasi. Hal ini menegaskan bahwa merger berkontribusi positif terhadap efisiensi dan kinerja operasional bank syariah.

1. Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja profitabilitas Bank Syariah Indonesia mengalami perbaikan secara berkelanjutan selama periode pasca merger. Peningkatan kemampuan bank dalam menghasilkan laba mencerminkan bahwa proses integrasi aset, sumber daya, dan kegiatan operasional berjalan secara efektif. Bank mampu memanfaatkan aset yang dimiliki secara lebih optimal untuk menghasilkan keuntungan, sekaligus memberikan imbal hasil yang lebih baik kepada pemegang saham. Kondisi ini mengindikasikan bahwa strategi bisnis pasca merger, seperti penguatan segmen pembiayaan, diversifikasi produk syariah, serta optimalisasi jaringan layanan, berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja profitabilitas. Dengan demikian, merger tidak hanya memperbesar skala usaha, tetapi juga meningkatkan kualitas kinerja keuangan bank secara keseluruhan.

2. Likuiditas

Dari sisi likuiditas, Bank Syariah Indonesia menunjukkan kemampuan yang semakin baik dalam mengelola dana pihak ketiga dan menyalurkannya ke sektor pembiayaan. Bank mampu menjaga keseimbangan antara penyaluran pembiayaan dan ketersediaan dana likuid, sehingga fungsi intermediasi dapat berjalan secara optimal tanpa mengorbankan Peningkatan mencerminkan stabilitas kinerja likuiditas keuangan. ini tingginya kepercayaan masyarakat terhadap bank pasca merger. Selain itu, manajemen likuiditas yang efektif menunjukkan bahwa bank mampu mengantisipasi kewajiban jangka pendek serta risiko penarikan dana secara tiba-tiba, sehingga stabilitas operasional tetap terjaga.

3. Solvabilitas

Hasil analisis menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki struktur permodalan yang kuat selama periode penelitian. Tingkat kecukupan modal yang terjaga menunjukkan bahwa bank memiliki kemampuan yang memadai untuk menyerap risiko kerugian yang mungkin timbul dari aktivitas pembiayaan dan operasional. Fluktuasi yang terjadi pada tingkat permodalan mencerminkan adanya ekspansi usaha dan peningkatan aktivitas pembiayaan pasca merger. Namun demikian, pengelolaan modal yang baik memungkinkan bank untuk tetap berada pada kondisi yang aman dan stabil. Hal ini menunjukkan bahwa merger tidak menurunkan tingkat kehati-hatian bank, melainkan justru memperkuat daya tahan keuangan dalam menghadapi risiko.

4. Kualitas Aset dan Manajemen Risiko Pembiayaan

Dari aspek kualitas aset, hasil penelitian menunjukkan adanya perbaikan dalam pengelolaan risiko pembiayaan. Penurunan tingkat pembiayaan bermasalah mencerminkan bahwa bank semakin selektif dan efektif dalam menyalurkan pembiayaan kepada nasabah. Penerapan manajemen risiko yang lebih terintegrasi pasca merger turut berperan dalam meningkatkan kualitas portofolio pembiayaan. Perbaikan kualitas aset ini memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan bank secara keseluruhan, karena berkurangnya risiko pembiayaan bermasalah dapat menekan beban pencadangan dan meningkatkan stabilitas pendapatan. Dengan demikian, bank mampu menciptakan kinerja berkelanjutan.

5. Efisiensi Operasional

yang lebih Hasil penelitian juga menunjukkan adanya peningkatan efisiensi operasional bank pasca merger. Pengelolaan biaya operasional menjadi lebih efektif seiring dengan optimalisasi proses bisnis dan pengurangan aktivitas yang bersifat tumpang tindih. Integrasi sistem, jaringan kantor, dan sumber daya manusia berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi dalam menjalankan kegiatan operasional. Peningkatan efisiensi ini mencerminkan keberhasilan manajemen dalam memanfaatkan sinergi merger. Dengan struktur biaya yang lebih terkendali, bank mampu meningkatkan daya saing serta mendukung pertumbuhan laba secara berkelanjutan di tengah persaingan industri perbankan syariah.

Kesimpulan

Secara keseluruhan, hasil analisis kinerja keuangan menunjukkan bahwa merger memberikan dampak positif terhadap kinerja Bank Syariah Indonesia, terutama dari sisi profitabilitas, likuiditas, dan efisiensi

aktivitas. Meskipun terdapat penurunan pada solvabilitas dan rasio pasar, kondisi tersebut dipengaruhi oleh faktor penyesuaian internal dan tekanan eksternal jangka pendek. Dengan demikian, merger dapat dipandang sebagai langkah strategis yang memperkuat struktur keuangan, daya saing, dan peran Bank Syariah Indonesia dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional berbasis prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin (2006). Hukum Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar Grafika
- Bank Indonesia. (2011). Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/1/PBI/2011 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2020). Statistik Perbankan Syariah Indonesia. Bank Indonesia.
- PT Bank Syariah Indonesia. (2021). Laporan Tahunan PT Bank Syariah Indonesia
- PT Bank Syariah Indonesia. (2022). Laporan Tahunan PT Bank Syariah Indonesia
- PT Bank Syariah Indonesia. (2023). Laporan Tahunan PT Bank Syariah Indonesia
- Fahmi, I. (2018). Analisis Kinerja Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2016). Analisis Laporan Keuangan (Edisi ke-5). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kiswanto, & Asri Purwanti (2016). Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Menurut Risk Based Bank Rating Terhadap Kinerja Keuangan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Indonesia. Jurnal

- Akuntansi Indonesia. Vol. 5(1).
Muhammad. (2015). Manajemen Bank Syariah. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2020–2025. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Statistik Perbankan Syariah. OJK.
- Rivai, V., & Arifin, A. (2010). Islamic Banking: Sistem Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi dalam Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan dan Ekonomi Global. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siamat, D. (2018). Manajemen Lembaga Keuangan. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

PENGARUH SKILL DIGITAL TERHADAP PENGANGGURAN GENERASI MUDA DI KOTA SERANG

Devi Wardiyanti

devi.wardiyanti@institutbanten.ac.id

Didi Wand²

Didi.wandi81@gmail.com

Institut Teknologi dan Bisnis Banten¹
Universitas Faletehan²

ABSTRACT

This study aims to determine the extent to which digital skills influence youth unemployment rates. This study uses a research method. The phenomenon of unemployment among the productive age group in Serang City is a major concern, particularly due to the mismatch between the skills possessed by job seekers and the needs of the increasingly digital industrial world. This study employs a quantitative method with a descriptive associative approach. Data was collected through an online questionnaire distributed to 100 respondents who are unemployed young people in Serang City. The sampling technique used was Purposive Sampling, while data analysis was conducted through validity and reliability tests, classical assumption tests, and simple linear regression tests (t-test and F-test) using SPSS software. The results of the study indicate that, partially, digital skills have a positive and significant effect on unemployment, but simultaneously, they do not have a significant effect. This suggests that mastering digital skills is indeed important, but it is not sufficient if not supported by other factors such as access to job information, work experience, and supportive labor policies. From these results, it is concluded that digital skills are one of the important factors in reducing unemployment rates, but they are not sufficient on their own.

Keywords: Digital Skills, Unemployment, Young Generation, Serang City

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keterampilan digital memengaruhi tingkat pengangguran generasi muda. penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Fenomena pengangguran usia produktif di Kota Serang menjadi perhatian utama, terutama akibat ketidaksesuaian antara kemampuan yang dimiliki oleh pencari kerja dan kebutuhan dunia industri yang kini serba digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 100 responden yang merupakan generasi muda pengangguran di Kota Serang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling, sementara analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji regresi linier sederhana (uji t dan uji F) dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial keterampilan digital berpengaruh positif dan signifikan (25%) terhadap pengangguran, namun secara simultan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan keterampilan digital memang penting, namun tidak cukup jika tidak didukung oleh faktor-faktor lain seperti akses informasi kerja, pengalaman kerja, serta kebijakan tenaga kerja yang mendukung. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa keterampilan digital merupakan salah satu faktor penting dalam menurunkan tingkat pengangguran, namun perlu diimbangi dengan program pelatihan dan perluasan lapangan kerja secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Skill Digital, Pengangguran, Generasi Muda, Kota Serang.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengangguran masih menjadi masalah yang serius bagi sebagian besar wilayah di Indonesia. Dimana pengangguran adalah seseorang yang tergolong dalam angkatan kerja dan ingin mendapatkan pekerjaan, namun belum berhasil memperolehnya. www.ocbc.id/article Kota Serang merupakan Ibu Kota Provinsi Banten, Indonesia yang secara administrative resmi menjadi Kota otonom Sejak 10 Agustus 2007, berdasarkan undang-undang nomor 32 tahun 2007 (https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Serang, n.d.). Dengan luas wilayah Kota Serang mencapai kurang lebih 266,71 km² yang terbagi menjadi 6 Kecamatan yaitu Kecamatan Serang, Cipocok Jaya, Walantaka, Curug, Kasemen, Taktakan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Serang Pada tahun 2019 jumlah penduduk di Kota Serang mencapai 688.603 Penduduk Jiwa dengan tingkat pengangguran sekitar 8,07%. Dan ditahun berikutnya yakni tahun 2020, jumlah penduduk di Kota Serang bertambah menjadi 689,41 Jiwa dengan tingkat pengangguran sekitar 9,26%. Kemudian ditahun 2021 adanya eskalasi penduduk menjadi 700,95 Dengan Total Pengangguran 9,41%. Lalu pada tahun 2022 terdapat 712,41 penduduk jiwa. Setelah berangsur - angsur naik pada tingkat pengangguran. Pengangguran di tahun ini mengalami penurunan dengan persentase 8,17%. Dan di tahun 2023 jumlah penduduk konsisten mengalami eskalasi sebanyak 723,79 dengan pengangguran 7,45%. Namun pada tahun 2024 penduduk kian bertambah menjadi 734.87 dengan penurunan pengangguran menjadi 7.12%. (<https://banten.bps.go.id>, n.d.)

Dalam Penelitian Adi & Indrawati (2019) menyatakan bahwa keterampilan digital dapat berpengaruh untuk seseorang

mendapatkan pekerjaan lebih mudah. (Adi, P.R.P., & Indrawati, K.R., 2019). Namun hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Yugo & Vini (2021) yang menegaskan bahwa keterampilan digital tidak bisa langsung menurunkan tingkat pengangguran jika tidak didukung dengan tenaga kerja yang memadai. (Yugo, Vini Ratna Sari, 2021) Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan adanya ketidak konsistenan (Inconsistency Gap) maka dari itu peneliti perlu untuk meneliti lebih lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

Keterampilan Digital Digital skills mengacu pada kemampuan individu untuk menggunakan teknologi digital secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu (van Laar dkk., 2017). Seseorang yang memiliki SDM dengan digital skills yang kuat akan lebih mampu bersaing di pasar global dan beradaptasi dengan perubahan teknologi (Colombo dkk., 2019). Keterampilan digital terdapat 7 teori yang menjadi kerangka keterampilan digital yang mana terdapat 7 aspek kompetensi utama yang dikuatkan oleh Unesco (2018). Menurut Unesco (2018) keterampilan digital didefinisikan sebagai rentang kemampuan untuk menggunakan perangkat digital, aplikasi komunikasi dan jaringan untuk mengakses dan mengelola informasi. Keterampilan ini memungkinkan orang untuk menciptakan dan berbagi konten digital, berkomunikasi dan berkolaborasi serta memecahkan masalah untuk pencapaian diri yang efektif dan kreatif dalam kehidupan secara luas. (UNESCO, 2018) Keterampilan digital memungkinkan pengguna memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK).

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu, untuk mengetahui Pengaruh Skill Digital Terhadap Pengangguran Generasi

Muda Di Kota Serang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sesuai untuk mengukur seberapa berpengaruh skill digital terhadap pengangguran di generasi muda. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2013:4) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara pendekatan, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Prof Dr Sugiyono, 2013).

Penelitian ini, penulis lakukan di Kota Serang Provinsi Banten, adapun penulis mengambil lokasi ini karena berdasarkan, fenomena yang ada maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut. Waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juni 2025 sampai bulan Agustus 2025. Mulai pada tahap pengumpulan data, menganalisa dan membuat sebuah kesimpulan.

Analisa data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data dari seluruh responden dan melakukan perhitungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pengaruh skill digital terhadap pengangguran memiliki ke signifikanan, bisa dilihat dari hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan sebagai berikut:

1. Uji F (simultan)

Berdasarkan hasil analisis Uji F (Simultan) didapatkan nilai f hitung (6,987) > f tabel (3.939) dan sig (0.10) > 0.05. maka disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X_1 secara simultan terhadap Y sehingga H_1 ditolak dan H_0 diterima.

2. Uji T (Parsial)

Berdasarkan hasil analisis dari Uji T (Parsial) diperoleh nilai t hitung (2,643) > t table (1.985) dan sig (0,010) < 0.05, maka disimpulkan Skill Digital berpengaruh Positif dan signifikan terhadap pengangguran di kota Serang, H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Dalam penelitian ini, karakteristik responden difokuskan pada generasi muda yang termasuk dalam kategori pengangguran di kota serang. Responden berasal dari kalangan usia produktif yang belum memiliki pekerjaan tetap, dan memiliki keterkaitan langsung dengan isu kurangnya keterampilan digital. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket secara online kepada 100 responden melalui google form, dimana kuesioner berisi pernyataan pernyataan yang mengukur dua variable yaitu skill digital (X) dan pengangguran sebagai (Y). Sebelum penyebaran angket, instrument diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada kedua variable memiliki nilai R hitung > R table (0,1966), sehingga dinyatakan valid. Namun dari hasil uji reliabilitas, nilai cornbach alpha = 0 baik untuk variable X maupun Y , sehingga instrument tidak reliabel, meskipun demikian karena semua item valid, maka data masih dapat dianalisis dengan kehati-hatian. Setelah dilakukan uji asumsi klasik, hasil uji normalitas menunjukkan data tidak berdistribusi normal (sig , $X=0,001$ dan $Y=0,034$).

Heteroskedastisitas. Ini menunjukkan bahwa model regresi tetap layak digunakan pengujian hipotesis. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel skill digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat parsial, dibuktikan dengan nilai $T \text{ hitung} = 2,643 > T \text{ table} = 1,985$ dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ dengan demikian, semakin tinggi keterampilan digital yang dimiliki oleh generasi muda, maka semakin besar peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan.

Namun, secara simultan hasil uji F menunjukkan bahwa skill digital tidak berpengaruh signifikan terhadap pengangguran. Temuan ini sejalan dengan teori Van Laar et al. 2017 dan UNESCO (2018) yang menekankan bahwa keterampilan digital merupakan kompetensi esensial untuk berpartisipasi dalam masyarakat berbasis teknologi. Kurangnya keterampilan digital dapat menghambat individu dalam mengakses peluang kerja yang kini banyak tersedia di platform digital. Pernyataan di atas juga di dukung oleh Adi & Indrawati (2019) yang menyatakan bahwa keterampilan digital dapat membantu seseorang untuk memperoleh pekerjaan dengan lebih mudah namun, sebaliknya berbeda dengan yang di jelaskan oleh Yugo & Vini (2021) keterampilan digital tidak secara otomatis menurunkan angka pengangguran apabila tidak di barengi dengan ketersediaan lapangan kerja dan tenaga kerja yang memadai.

PENUTUP

Kesimpulan

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis statistik terhadap data primer, penelitian ini membuktikan bahwa peningkatan keterampilan digital sangat dibutuhkan untuk menekan angka pengangguran. Maka, program pengembangan skill digital, pelatihan kerja

berbasis teknologi, serta kerja sama dengan sektor industri berbasis digital menjadi langkah strategis dalam mengatasi masalah pengangguran ini. Dapat disimpulkan bahwasanya penelitian ini menegaskan skill digital memiliki pengaruh sebesar 25% untuk menurunkan angka pengangguran, Namun, pandangan yang berbeda muncul dari penelitian Yugo & Vini (2021) yang menegaskan bahwa keterampilan digital tidak bisa langsung menurunkan tingkat pengangguran jika tidak didukung dengan tenaga kerja yang memadai.

Analisis kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia (BSI) bertujuan untuk menilai kondisi dan perkembangan kinerja keuangan bank syariah, khususnya sebelum dan sesudah merger tiga bank syariah BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Kinerja keuangan merupakan indikator penting yang mencerminkan kemampuan bank dalam menjalankan fungsi intermediasi, menjaga stabilitas keuangan, serta menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan.

Pengukuran kinerja keuangan BSI dilakukan melalui pendekatan rasio keuangan yang meliputi profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio pasar, dengan menggunakan metode analisis komparatif dan uji statistik paired sample t-test.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. R. P., & Indrawati, K. R. (2019). Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/47148/28328>
- Badan Pusat Statistik Pengangguran. (n.d.). Retrieved from <https://banten.bps.go.id/id/statistics-table>
- Choy, D., Deng, F., Chai, C. S., Koh, H. L. J., & Tsai, P. S. (2016). Singapore

- primary and secondary students' motivated approaches for learning: A Validation Study, Learning and Individual Differences. 282-290. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.lindif.2015.11.019>
- Colombo, M. G., Grilli, L., & Rampino, T. (2019). Do digital skills matter for innovation? Palgrave: Digitized Labor.
- Ester van Laar , Alexander J.A.M. Van Deursen, Jan A.G.M. Van Dijk, Jos De Haan. (2017). Hubungan Antara Keterampilan Abad ke-21 dan Keterampilan Digital: Tinjauan Literatul Yang Sistematis.
- Febrian Habil. (2023). Analisis Penggunaan Berkelanjutan Digital Banking Dengan Fitur Layanan Sebagai Variabel Moderasi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Batusangkar. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(2), 2135-2145. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9485>
- John R. Harris dan Michael P. Todaro. (n.d.). Migrasi, Pengangguran dan Pembangunan: Analisis Dua Sektor. American Economic Review, 126-142.
- Mankiw, G. (2013). Teori Makroekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Prof Dr Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Rubijanto Siswosoemarto. (2012). Intelijen Ekonomi: Teori dan Aplikasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sadono Sukirno. (1994). In Pengantar Ekonomi Makro. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.