

Volume 2 Nomor 2, September 2021

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v2i2>

J U R N A L

Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi

p-ISSN: 2716-3911

e-ISSN: 2721-0472



**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Mohammad Husni Thamrin**

Kampus A UMHT

Jl. Raya Pondok Gede No. 23 – 25 Kramatjati, Jakarta Timur 13550

Telp. (021) 8096411 ext. 1218; HP. 0812.11702090

Email: ojslppmumht@gmail.com Web : <http://journal.thamrin.ac.id/index.php/JIPKMHTtharmin>

Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi
Universitas Mohammad Husni Thamrin

DEWAN REDAKSI

Penanggung Jawab

Prof. Dr. Soekidjo Notoatmodjo. SKM., M.CommH.
(Rektor Universitas Mohammad Husni Thamrin)

Managing Editor

Prof. Dr. dr. Kusharisupeni, M.Sc

Editor in Chief

Ir. Yohanes Bowo Widodo, M.Kom.

Section Editor

Rano Agustino, S.Kom., M.Kom
Mona Karina, SE., MM
Dedi Setiadi, ST., MM.
Yanuar B. Heriyanto, ST., MM
Andi Tenri Abeng

Mitra Bebestari

Dr. Suherman, M.Si.
Dr. Dra. Susiana Dewi Ratih, MM.
Helena Louise Panggabean, SE., MM.
Dr. Evi Noviaty, SE., MBA.
Dr. Mansur, SE., MM.
Danarti Hariani, SP., MM.
Rahmi, SE., MSM.
Hasan Basri, SE., MM.
Ependi, SE., MM.
Dra. Tutik Wiryanti, MM.
Dien Triana
Saparuddin, M.Si.

Alamat Redaksi	Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mohammad Husni Thamrin Kampus A Universitas Mohammad Husni Thamrin Jl. Raya Pondok Gede No. 23 - 25, Kramat Jati, Jakarta Timur 13550 Telp. (021) 8096411 ext. 1218, Hp: 085718767171 email: ojslppmumht@gmail.com; http://journal.thamrin.ac.id/index.php/jtik
---------------------------	--

Kata Pengantar

Terimakasih Kami Panjatkan Kepada Tuhan yang Maha Esa, atas nikmat dan rahmat-Nya sehingga terbitlah Jurnal Ilmiah Kesehatan yang menompong Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mohammad Husni Thamrin. Sebagai media publikasi ilmiah bagi akademisi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mohammad Husni Thamrin dan akademisi pendidikan diluar Universitas Mohammad Husni Thamrin. Jurnal ini di berikan nama Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (ILEKA) dengan terbitan setahun dua kali (dua edisi) yaitu pada bulan Maret dan September. Jurnal adalah bentuk real dari Tri Dharma Kampus kepada bangsa Indonesia. Harapan dari terbitan jurnal ini mampu memberikan motivasi dan support bagi akademisi di lingkungan Universitas Mohammad Husni Thamrin untuk selalu berkarya dalam penelitian dan pengabdian yang dapat menjadi sumbangsih pada pembangunan bangsa Indonesia. Semoga Jurnal ILEKA ini dapat bermanfaat bagi lingkungan akademisi Universitas Mohammad Husni Thamrin dan menjadi salah satu jurnal dalam skala nasional yang kompetitif dan profesional.

September 2021

Pemimpin Redaksi

e-ISSN (online): 2721-0472

p-ISSN (cetak): 2716-3911

DAFTAR ISI

Sistem Informasi Keuangan Investasi Reksadana Berbasis Aplikasi Web

Dedi Setiadi, Lily Nabilah 66-76

Pengawasan dan Pengelolaan Data Tamu Dengan Aplikasi E_Visitor di dalam Kementerian Pertahanan RI

Gatot Hery Djatmika, Aminah Endang Haryanti 77-87

Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Fuji Dharma Electric Jakarta

Ahmad Rojikun, Lily Nabilah 88-93

Perbandingan Risiko Portofolio Saham dari Perusahaan-Perusaahaan Layak Investasi non Jasa Keuangan selama Tahun 2020

Aulia Ikhsan 94-105

Pengaruh Strategi Marketing Mix dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Alfamart di Gandaria Jakarta Selatan

Ferry Hermaningsih 106-116

Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang

Yurika Suryaningrat, Sutrisno, Susiana Dewi Ratiih 117-130

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada BMT Al Fath IKMI

Hasan Basri, Dhea Juwita Andriani, Lily Nabiah 131-140

Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin, dan Debt to Equity Ratio terhadap Harga Saham Perusahaan Properti dan Real Estate di BEI

Evi Noviaty 141-156

Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover dan Working Capital Turnover terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Industri Semen di PT Bursa Efek Indonesia

Murniwati, Ahmad Firmanto 157-173

Pengaruh Indeks Harga Saham Gabungan, Inflasi dan Kurs terhadap Harga Saham PT Kalbe Farma Tbk

Murniwati, Fanny Wijono 174-188

Sistem Informasi Keuangan Investasi Reksadana Berbasis Aplikasi Web

Dedi Setiadi ¹⁾, Lily Nabilah ²⁾

¹⁾Program Studi S1 Teknik Informatika, Fakultas Komputer Universitas Mohammad Husni Thamrin

²⁾Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence author: ranggalawededi@gmail.com

Received : 26 Mei 2021

Accepted : 24 September 2021

Published: 30 September 2021

DOI: <https://doi.org/10.3701/ileka.v2i1.557>

ABSTRAK

Sistem investasi dan literasi keuangan dalam hal pasar modal di Indonesia masih rendah. Hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia belum begitu mengenal industri investasi, baik pasar modal dan lainnya dengan baik. Kecenderungan bahwa investasi harus mengeluarkan nominal yang besar berakibat pada terhambatnya literasi keuangan untuk investasi tersebut. Dengan Perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat secara *exponensial* di era revolusi industri 4.0, maka dibutuhkan sebuah layanan yang mencakup kemudahan akses, bersifat inklusi, dan otomatisasi untuk menjawab permasalahan tersebut. Atas dasar hal tersebut, saya memutuskan untuk melakukan penelitian yang dapat membantu melakukan literasi keuangan kepada masyarakat dengan cara merancang aplikasi perencanaan keuangan dengan instrumen investasi reksadana berbasis *progressive web apps* menggunakan metode *exponential moving average* sebagai cara untuk mendapatkan rekomendasi produk reksadana pada saat melakukan transaksi. Aplikasi yang telah dirancang mampu tampil sebagai aplikasi yang user friendly serta dapat memberikan informasi dan pemahaman yang baik tentang industri investasi, sejalan dengan tujuan awal yaitu membantu melakukan literasi keuangan kepada masyarakat.

Kata Kunci: PWA, ASP, Scrum Modul, Exponential Moving Average

ABSTRACT

The investment system and financial literacy in terms of the capital market in Indonesia are still low. This is because the Indonesian people are not very familiar with the investment industry, both the capital market and others. The tendency that investments have to spend large amounts results in delays in financial literacy for these investments. With the development of information technology that is increasing exponentially in the era of the industrial revolution 4.0, a service that includes easy access, inclusion, and automation is needed to answer these problems. Based on this, I decided to conduct research that can help carry out financial literacy to the public by designing a financial planning application with mutual fund investment instruments based on progressive web apps using the exponential moving average method as a way to get mutual fund product recommendations when making transactions. The application that has been designed is able to appear as a user friendly application and can provide information and a good understanding of the investment industry, in line with the initial goal of helping the public with financial literacy.

Keywords: PWA, ASP, Scrum Module, Exponential Moving Average.

PENDAHULUAN

Seseorang yang telah terliterasi keuangan dengan baik akan memiliki kehidupan keuangan yang sehat dan secara otomatis juga akan memiliki kehidupan yang lebih baik secara keseluruhan. Literasi keuangan dalam hal pasar modal dan investasi di Indonesia masih rendah. Hal itu dapat dibuktikan dengan jumlah *Single Investor Identification* (SID) yang berada di angka 2 juta orang. Angka tersebut meningkat 21% dari tahun lalu dan ekuivalen dengan 0.7% dari seluruh penduduk Indonesia yang berjumlah 267 juta orang (Sumber: Diakses dari <https://investasi.kontan.co.id/news/semester-i-2019-jumlah-single-investor-identification-ksei-mencapai-2-juta-orang> pada tanggal 19 Oktober 2019 pukul 10:33 WIB). Hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia belum begitu mengenal industri investasi, baik pasar modal dan lainnya dengan baik. Kecenderungan bahwa investasi harus mengeluarkan nominal yang besar berakibat pada terhambatnya literasi keuangan untuk investasi, terlebih dengan semakin banyaknya investasi bodong di masyarakat yang menjanjikan untung besar dan pada akhirnya gagal bayar membuat masyarakat takut untuk berinvestasi.

Dengan Perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat secara *exponensial* di era revolusi industri 4.0 pada bidang finansial telah menjadi disrupsi bagi bisnis sejenis yang masih menerapkan pola konvensional dalam menjalankan usahanya. Pelaku bisnis harus senantiasa memperbaharui layanan agar sesuai dengan perkembangan zaman dan tidak ditinggalkan oleh nasabahnya.

PT Mega Capital Sekuritas sebagai satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak di bidang finansial, yang mencakup layanan *broker* saham, *financial planning*, *investment management*, *debt capital market*, dan *investment banking* masih menggunakan pola pemasaran konvensional, yaitu dengan tenaga penjual yang kompeten di bidangnya. Dengan jumlah tenaga penjual yang terbatas maka berdampak pada pertumbuhan profit yang cenderung stagnan dari tahun ke tahun. Maka dari itu PT Mega Capital Sekuritas membutuhkan solusi layanan terbaru yang sesuai dengan tuntutan revolusi industri 4.0 yang mencakup kemudahan akses, inklusi, dan bisnis yang bisa di *scale-up* serta otomatisasi layanan.

Peneliti mencoba untuk menganalisa layanan *financial planning* dan *investment management* yang dimiliki oleh PT Mega Capital Sekuritas untuk kemudian disinergikan menjadi layanan baru bertajuk perencanaan keuangan dengan instrument investasi reksadana. Layanan ini bersifat literasi kepada masyarakat umum tentang pentingnya merencanakan keuangan sejak dini guna mencapai tujuan tertentu. Dengan pilihan produk investasi yang tepat, diharapkan masyarakat dapat lebih mudah dalam mencapai tujuan keuangan mereka. Layanan ini dibuat

dalam bentuk aplikasi berbasis *progressive web apps* yang merupakan gabungan dari *web apps* dan *mobile apps*. Teknologi *progressive web apps* yang menghadirkan kemudahan akses setara *web apps* dan pengalaman pengguna layaknya *native mobile apps* diharapkan mampu memberikan traksi kenaikan jumlah nasabah dan jumlah transaksi.

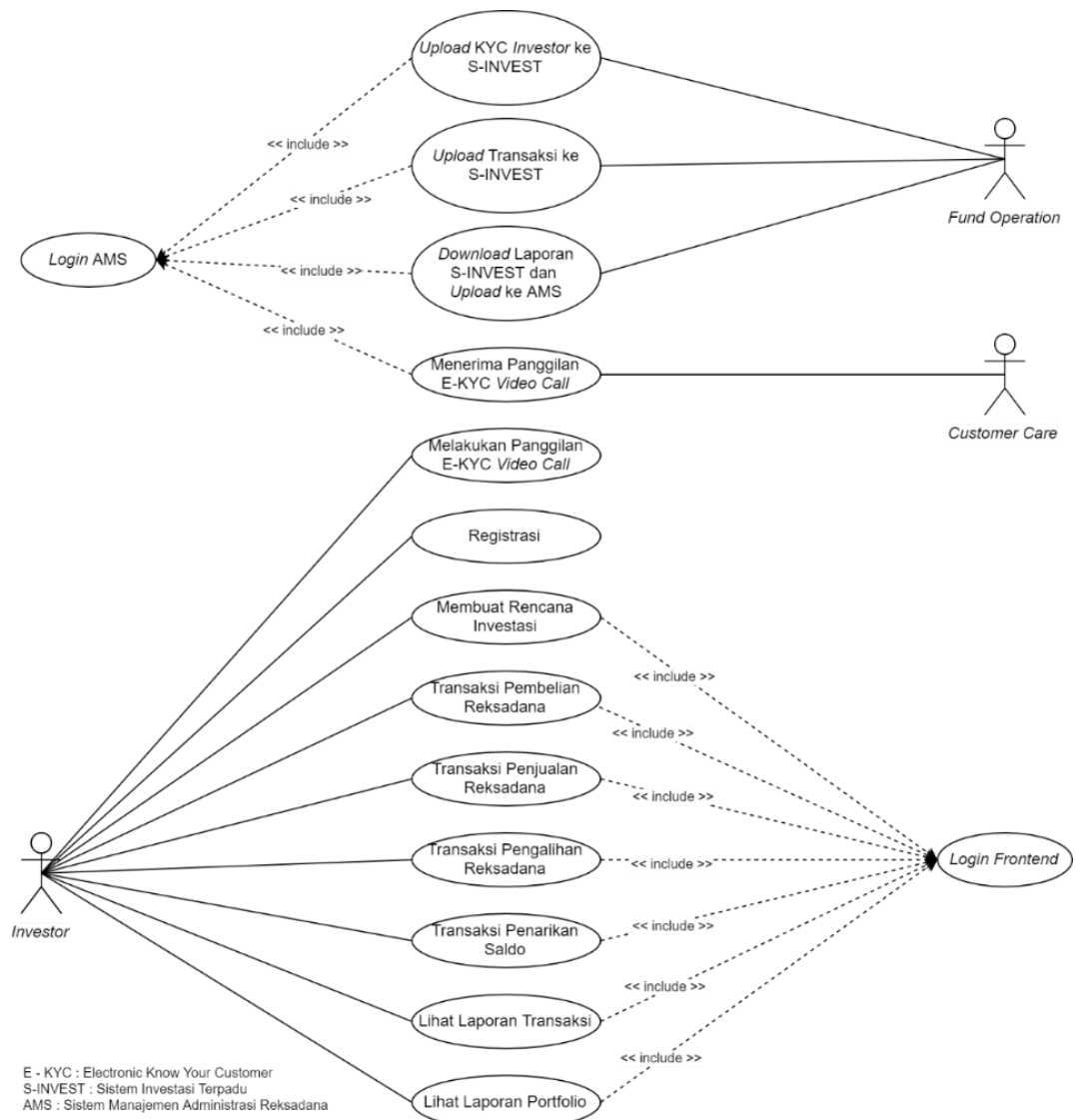
Target pasar untuk layanan baru ini adalah pengunjung aktif di portal berita keuangan *Consumer News and Business Channel* Indonesia yang berjumlah 16.08 juta pengunjung per bulan (Sumber: Diakses dari <https://www.similarweb.com/website/cnbcindonesia.com#overview> pada tanggal 19 Oktober 2019 pukul 10:46 WIB). Sebagai informasi, PT Mega Capital Sekuritas dan *Consumer News and Business Channel* Indonesia berada di dalam naungan PT Chairul Tanjung Corpora. Sejalan dengan visi PT Chairul Tanjung Corpora untuk melakukan sinergi antar perusahaan, maka PT Mega Capital Sekuritas bersama *Consumer News and Business Channel* Indonesia melakukan kerja sama strategis untuk menghadirkan layanan terbaik bagi pengunjung setianya.

METODE

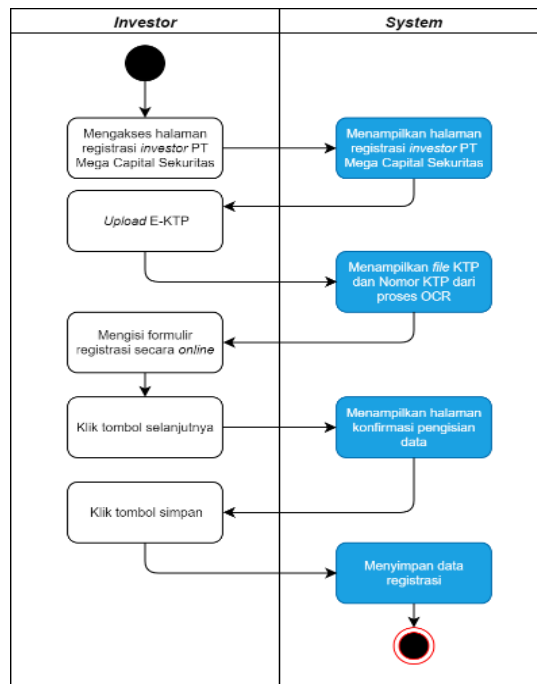
Metode Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode Penelitian Kuantitatif, sedangkan Peneliti dalam mengumpulkan data-data mengenai transaksi reksadana serta rencana implementasi penjualannya menggunakan perencanaan keuangan pada PT Mega Capital Sekuritas. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti terdiri dari obeservasi, *interview*, dan studi pustaka. Metode Pengembangan Sistem pada Penelitian ini menggunakan Metode SDLC dengan model *scrum* dalam mengembangkan aplikasi perancangan keuangan investasi reksadana ini. *Scrum* adalah salah satu model untuk rekayasa perangkat lunak dengan menggunakan prinsip-prinsip pendekatan *agile*, yang bertumpu pada kekuatan kolaborasi tim, *incremental product* dan proses iterasi untuk mewujudkan hasil akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

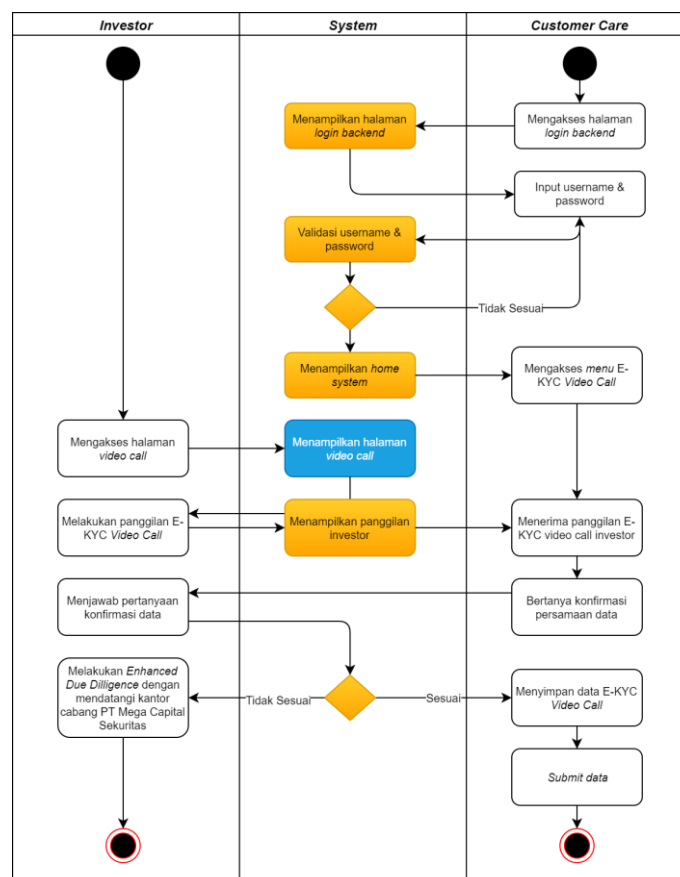
Berikut adalah prosedur sistem usulan yang terdiri dari *Use Case Diagram* dan *Activity Diagram*.



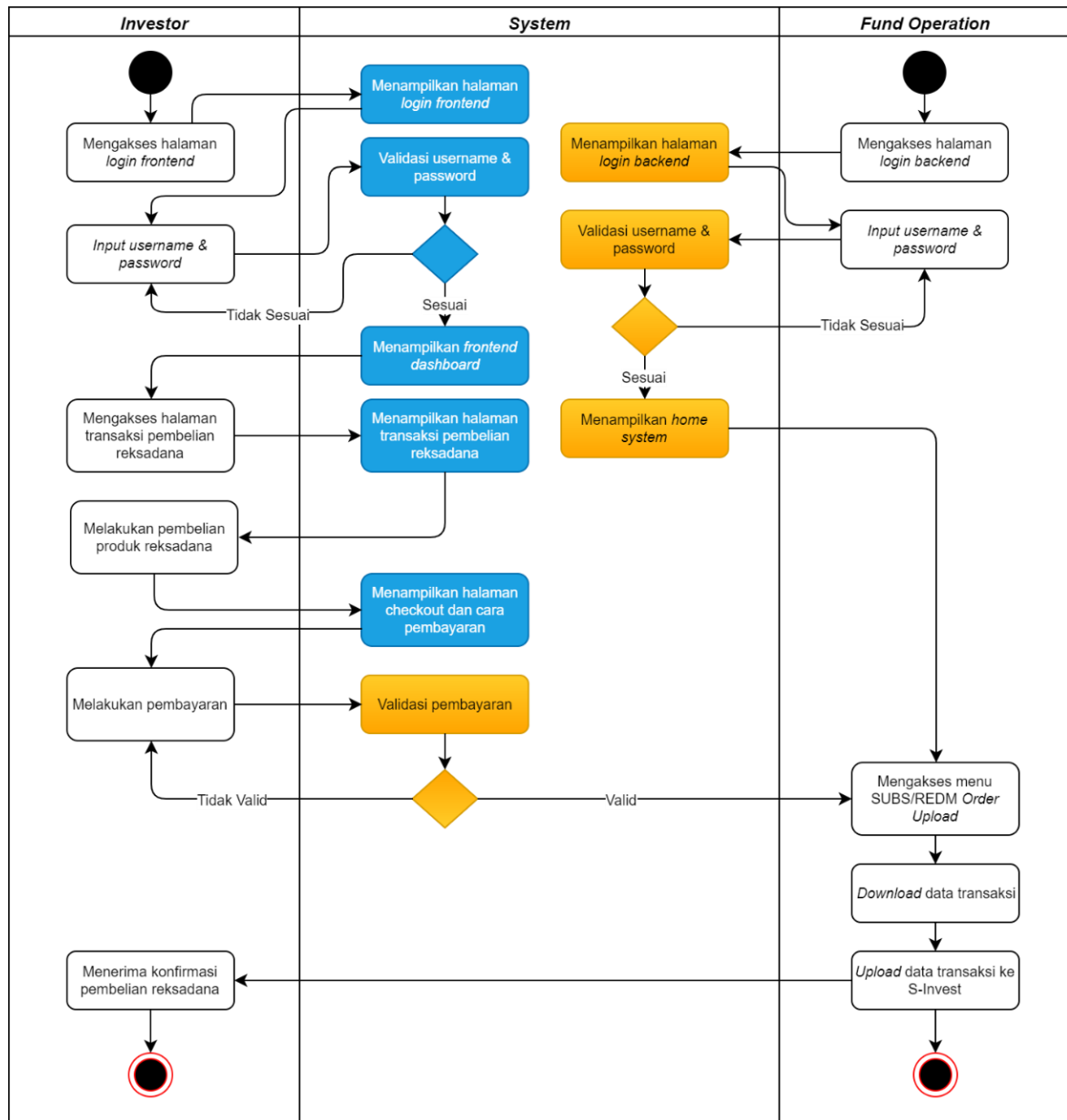
Gambar 1. Use Case Diagram Progressive Web Apps
Perencanaan Keuangan Investasi Reksadana



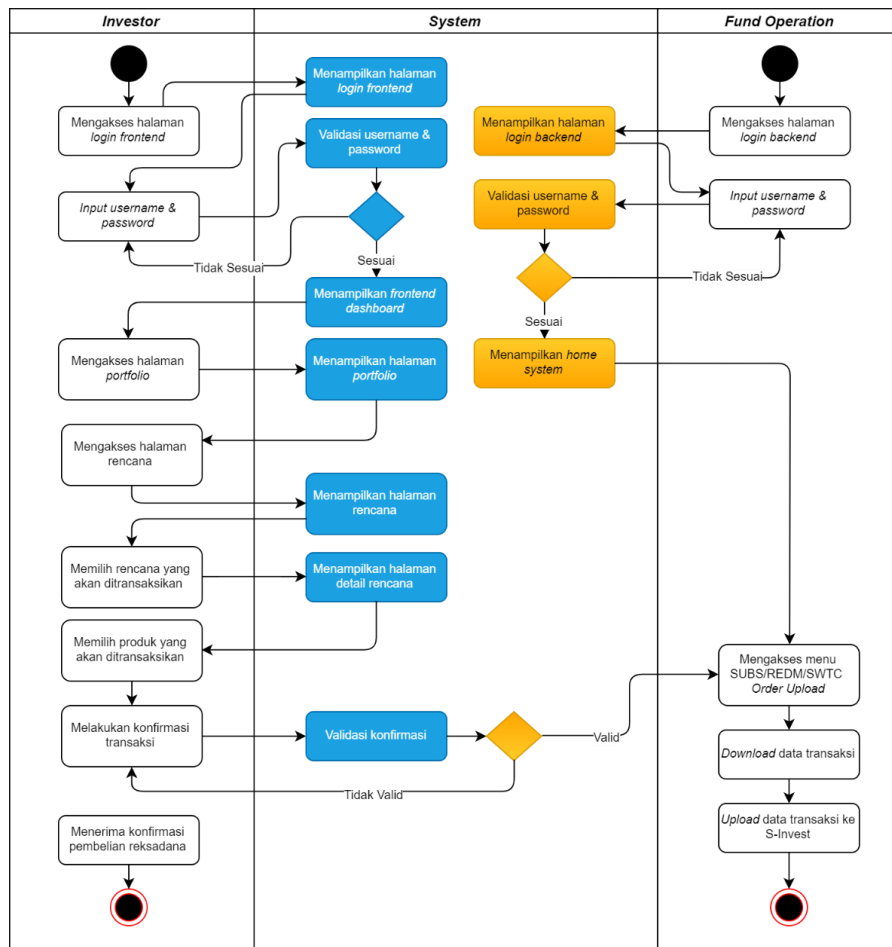
Gambar 2. Activity Diagram Registrasi



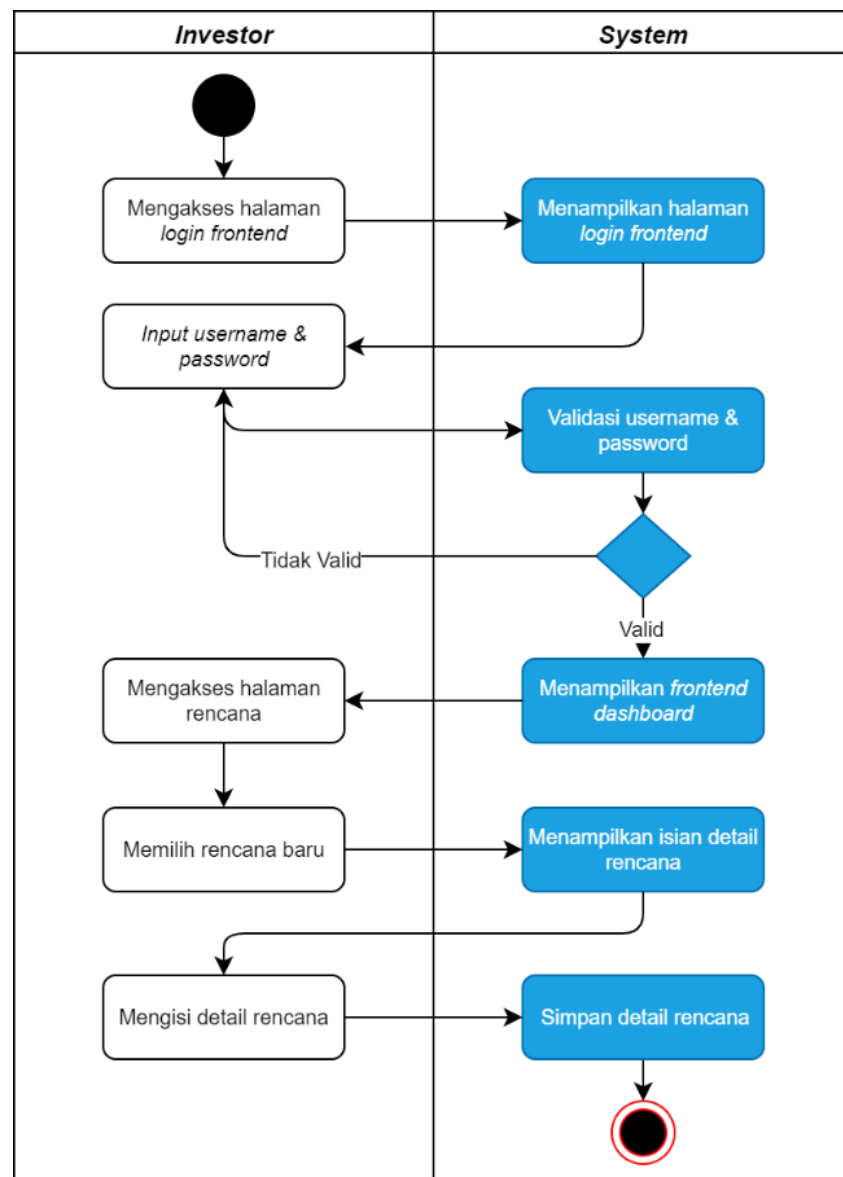
Gambar 3. Activity Diagram E-KYC (Electronic Know Your Customer) Video Call



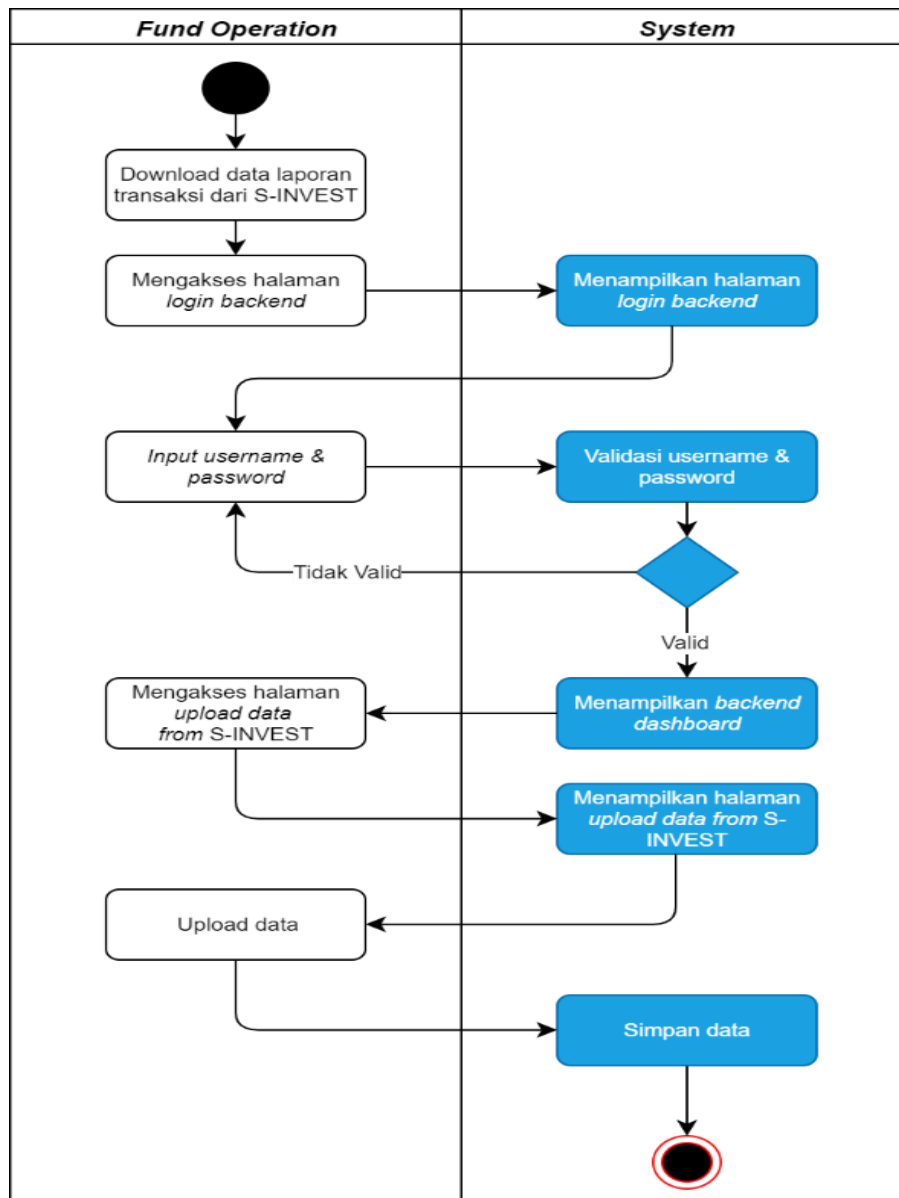
Gambar 4. Activity Diagram Transaksi Pembelian Reksadana



Gambar 5. Activity Diagram Transaksi Penjualan dan Pengalihan Reksadana



Gambar 6. Activity Diagram Rencana



Gambar 7. Activity Diagram Upload Data dari S-INVEST

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Aplikasi ini dapat membantu *investor* dalam melakukan transaksi reksadana secara *online*; Aplikasi mudah digunakan untuk orang awam sehingga membantu proses literasi keuangan dalam berinvestasi; *Investor* dapat membuat rencana keuangan yang menampilkan rekomendasi produk pada momen tertentu dan memonitor perkembangan rencana tersebut setiap saat. Dalam penelitian ini masih banyak hal yang dapat dikembangkan lebih lanjut, diantaranya Menambahkan *Not Only SQL* (NoSQL) seperti *Mongo Database* (MongoDB) atau *FireBase* untuk kecepatan akses *frontend*; Menambahkan metode lain guna memaksimalkan fitur rekomendasi transaksi reksadana, seperti *sharpe ratio*, *treynor ratio*, *jensen's alpha*, *stochastic oscillator*, dan lain lain; Menambahkan fitur pembayaran melalui dompet digital GoPay, OVO, Dana, LinkAja.

REFERENSI

1. Agustino, R., & Pertiwi, S. (2020). Estimation of the Relationship Between Learning Styles Inventory and Online Learning During the Pandemic. In *Conference Series* (Vol. 3, No. 1, pp. 553-561).
2. Djatmika, G. H., & Hendriyana, A. (2020). Penerapan Sistem Informasi Manajemen Keluarga Berencana Pada Badan Kependudukan Keluarga Berencana Daerah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 99-109.
3. Kusumo, A.S. 2016. *Administrasi SQL Server 2014*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
4. Sudarso, L. 2018. *Taktis Berinvestasi Reksa Dana*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
5. Anggraeni, E.Y. & Irviani, R. 2017. *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
6. Widodo, David & Hansun, Seng. 2015. Implementasi Simple Moving Average dan Exponential Moving Average dalam Menentukan Tren Harga Saham Perusahaan. *ULTIMATICS*. 7. 113. 10.31937/ti.v7i2.354.
7. Yulia. 2016. Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Indeks LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol. IV, No. 2 Desember 2016
8. Weissinger, A.K. 1999. *ASP in a Nutshell: A Desktop Quick Reference*. California: O'Reilly & Associates
9. Kan, Ashraf. 2017. *Microsoft IIS 10.0 Cookbook*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.
10. Sandjaja, Diana & Pandji, H. 2013. *Make Your Own Plan - Perencanaan Keuangan, Nggak Pake Ribet!*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
11. Sutherland, Jeff. 2017. *Scrum: Meningkatkan Produktivitas Dua Kali Lipat dalam Waktu Setengahnya Saja*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka
12. Ong, Edianto. 2012. *Technical Analysis for Mega Profit*. Edisi 8. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
13. Santoso, Hendra. 2019. *Membangun Aplikasi Mobile dengan Progressive Web App (PWA)*. Yogyakarta: Penerbit Lokomedia

14. Rudiyanto. 2018. SERI PANDUAN INVESTASI: Reksa Dana Untuk Pemula. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
15. Rumbaugh, J. Jacobson, I. & Booch, G. 2005. The Unified Modelling Language Reference Manual Second Edition. Boston: Pearson Education, Inc.
16. Ain El Hayat Soumiya, Bahaj Mohamed. 2017. Converting UML Class Diagrams into Temporal Object Relational DataBase. International Journal of Electrical and Computer Engineering (IJECE), Vol. 7, No. 5, October 2017, pp. 2823~2832, ISSN: 2088-8708, DOI: 10.11591/ijece.v7i5.pp2823-2832

Pengawasan dan Pengelolaan Data Tamu Dengan Aplikasi *E_Visitor* di dalam Kementerian Pertahanan RI

***Gatot Hery Djatmika¹⁾, Aminah Endang Haryanti²⁾**

¹⁾Program Studi Magister Administrasi Publik, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

²⁾Program Studi S1 Teknik Informatika, Fakultas Komputer Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence author: gatothery@yahoo.com

Received : 21 November 2020 Accepted : 24 September 2021

Published: 30 September 2021

DOI: <https://doi.org/10.3701/ileka.v2i1.401>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mempermudah proses monitoring dan pengelolaan data tamu kunjungan Kemhan di Jalan Merdeka Barat 13-14 dan Jalan Tanah Abang Timur 7-8 Jakarta. *E_Visitor* adalah sistem pendataan tamu secara elektronik untuk mendukung fungsi keamanan sarana dan prasarana serta personel. Metode pengumpulan data adalah survei mengenai kondisi objek penelitian untuk mendapatkan data yang relevan. Metode perancangan aplikasi adalah SDLC (System Development Live Cycle). Sedangkan perancangan aplikasi menggunakan UML (Unified Modeling Language).

Sistem *e_Visitor* memberikan pelayanan input data tamu, pencarian data tamu, dan pelaporan berkala kepada Penanggung Jawab/Kepala Bagian/Kepala Biro mengenai jumlah tamu yang berkunjung dan tujuan kunjungan tamu dengan gedung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa proses sistem *e_visitor* sangat mendukung pengambilan keputusan dan mudah dikendalikan serta dapat berjalan lebih efektif dan efisien dalam bidang keamanan khususnya keamanan personel dan material.

Kata Kunci: *E_Visitor*, Aplikasi, Kementerian Pertahanan.

ABSTRACT

This study aims to facilitate the process of monitoring and managing guest data visiting the Ministry of Defense at Jalan Merdeka Barat 13-14 and Jalan Tanah Abang Timur 7-8 Jakarta. E_Visitor is a guest data collection system electronically to support the security function of facilities and infrastructure and personnel. The data collection method is a survey regarding the condition of the research object to obtain relevant data. The application design method is SDLC (System Development Live Cycle). Meanwhile, the application design uses UML (Unified Modeling Language).

The e_Visitor system provides guest data input services, guest data search, and periodic reporting for the Person in Charge / Head of Section / Head of Bureau regarding the number of guests visiting and the purpose of guest visits by building. The findings of the study show that the e_visitor system process is very supportive of decision making and easy to control and can run more effectively and efficiently in security, especially personnel and material security.

Keywords : *E_Visitor*, Application, Ministry of Defense.

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi saat ini memiliki peranan yang sangat penting disegala bidang dan aspek kehidupan, baik dalam dunia bisnis, politik, perekonomian hingga pengamanan sarana dan prasarana. Hal ini disebabkan karena kebutuhan akan informasi yang akurat dan cepat dapat terpenuhi dengan adanya peran serta teknologi informasi. Dengan perkembangan teknologi informasi yang ada saat ini suatu organisasi dapat melakukan pengolahan data dengan mudah, dapat menghasilkan suatu informasi yang dibutuhkan dengan akurat dan mengefektifkan waktu, serta dengan biaya yang dikeluarkan lebih efisien. Keunggulan inilah yang menjadikan teknologi informasi saat ini banyak berperan serta dalam segala bidang dan aspek kehidupan, dan berkembang sesuai dengan kebutuhan.

Demikian halnya dengan Kementerian Pertahanan sebagai penyelenggara tugas pemerintahan di bidang pertahanan. Sebagai sarana penunjang pelaksanaan tugas tersebut, maka digunakan pangkalan yang dilengkapi dengan fasilitas sarana dan prasana yang memadai. Untuk dapat menjamin terlaksananya tugas tersebut maka sangat diperlukan suasana lingkungan pekerjaan yang senantiasa aman, tertib, nyaman dan kondusif. Salah satu cara untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan menjadikan lingkungan perkantoran Kementerian Pertahanan aman dari gangguan yang ditimbulkan baik dari dalam atau luar lingkungan perkantoran. Apalagi pusat perkantoran Kementerian pertahanan terletak di daerah yang termasuk rawan aksi demonstrasi, unjuk rasa dan lain-lain sebagainya.

Kementerian Pertahanan memiliki satuan kerja Bagian Pengamanan Biro Umum Setjen Kemhan (Bagpam Roud) yang mempunyai tugas dan fungsi dalam pengamanan sarana dan prasarana baik kendaraan, barang, gedung maupun personel Kemhan yang ada di lingkungan perkantoran Kementerian Pertahanan. Dalam melaksanakan fungsi keamanan diantaranya adalah pengawasan tamu, barang, kendaraan yang keluar masuk lingkungan Kemhan, pendataan dan pengawasan kegiatan/aktivitas yang dilaksanakan di lingkungan Kemhan, pendataan dan penyelesaian kasus indisipliner dan lain-lain.

Salah satu tugas pokok dari Bagpam Roud Setjen Kemhan adalah pendataan dan pengawasan tamu yang masuk atau keluar lingkungan Kemhan. Oleh karena itu, jika tamu yang berkepentingan melakukan kunjungan ke lingkungan Kemhan, maka tamu tersebut harus melapor kepada petugas yang ada di pos penjagaan dengan mengisi data dan identitas serta menuliskan maksud dan tujuan kunjungan dalam log book. Hal ini dilakukan untuk menjaga keamanan dan ketertiban pengelolaan tamu yang berkunjung, karena lingkungan perkantoran Kemhan memiliki aset yang penting, sehingga tamu dalam melakukan kunjungan tidak bisa bebas keluar maupun masuk ke lingkungan perkantoran Kemhan. Kementerian Pertahanan

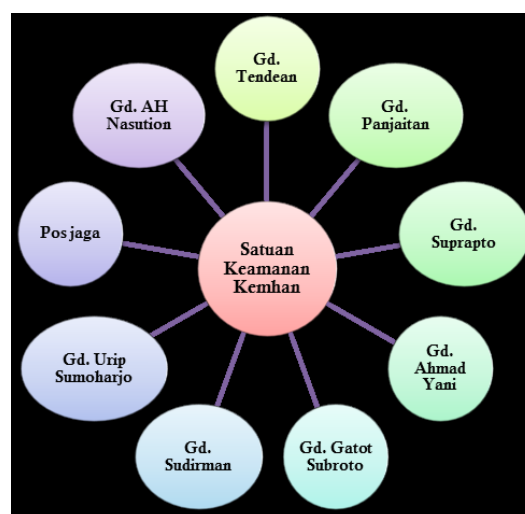
yang terletak di Jl. Merdeka Barat dan Jl. Tanah Abang Timur Jakarta Pusat memiliki sembilan bangunan yang ditempati oleh satuan kerja-satuan kerja yang harus di jaga sarana dan prasarannya. Dengan banyaknya bangunan yang dimiliki, mengakibatkan sangat rentan dalam menjaga keamanan baik sarana dan prasarana serta material dan personil. Banyak yang harus dijaga dan diamankan. Untuk membantu proses kegiatan pengawasan dan pengelolaan data kunjungan tamu di lingkungan Kemhan, maka Bagian Pengamanan yang berada di bawah Biro Umum Setjen Kemhan memerlukan sistem informasi terkomputerisasi yang terintegrasi berbasis Web yang dapat diakses baik dari intranet maupun internet.

METODE

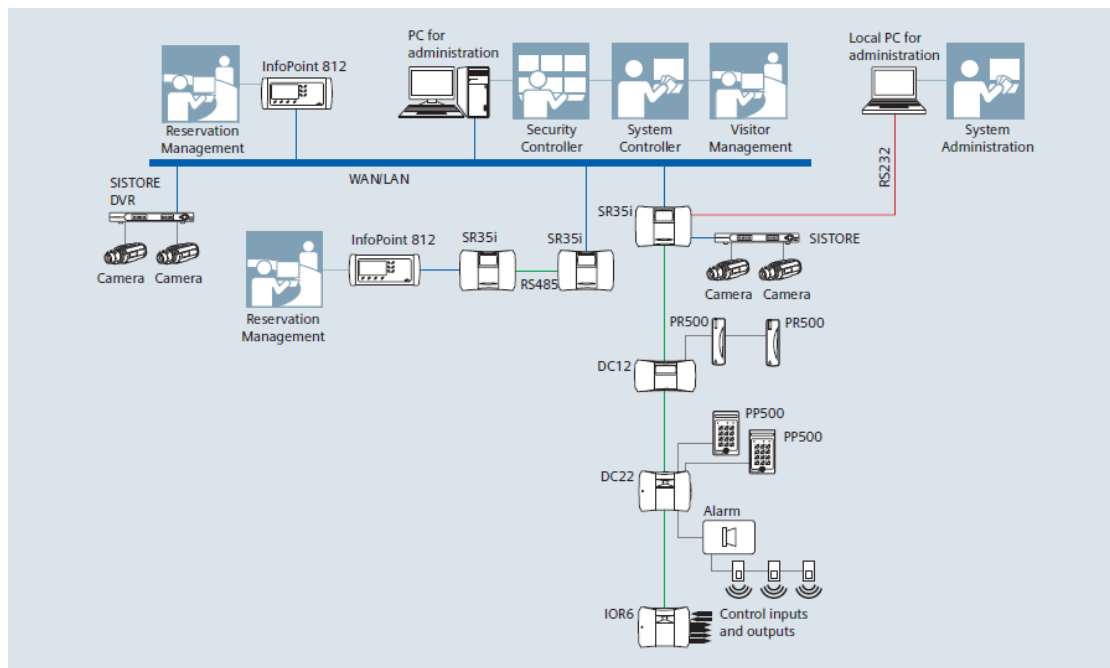
Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode yang dikenal sebagai —System Development Life Cycle (SDLC). SDLC merupakan metodologi umum dalam pengembangan sistem yang menandai kemajuan dari usaha analisa dan desain. Adapun tahapan-tahapan metode SDLC yaitu dimulai dari Perencanaan, Analisa, Rancangan, dan Implementasi. Menurut Henderi, dkk dalam journal CCIT (Henderi, dkk 2011:322), tahap analisa sistem adalah tahap penguraian dari suatu sistem yang utuh kedalam bagian-bagian komponen dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, kesempatan-kesempatan, hambatan-hambatan dan kebutuhan-kebutuhan, sehingga dapat dibuat rancangan sistem yang baru sesuai dengan kebutuhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

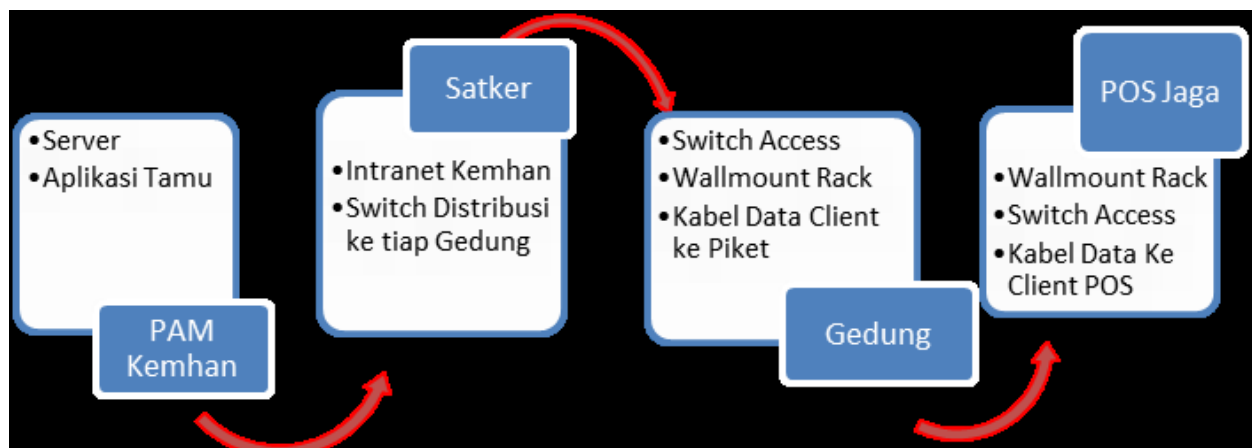
Untuk mendukung aplikasi ini digunakan jaringan dengan topologi star, dengan skema seperti pada gambar 1 .



Gambar 1. Topologi Jaringan

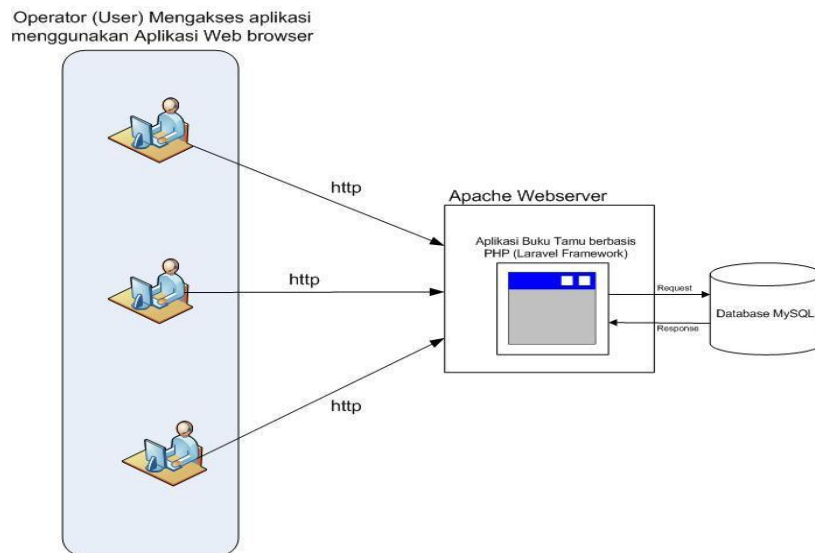


Gambar 2. Diagram Integrasi Jaringan



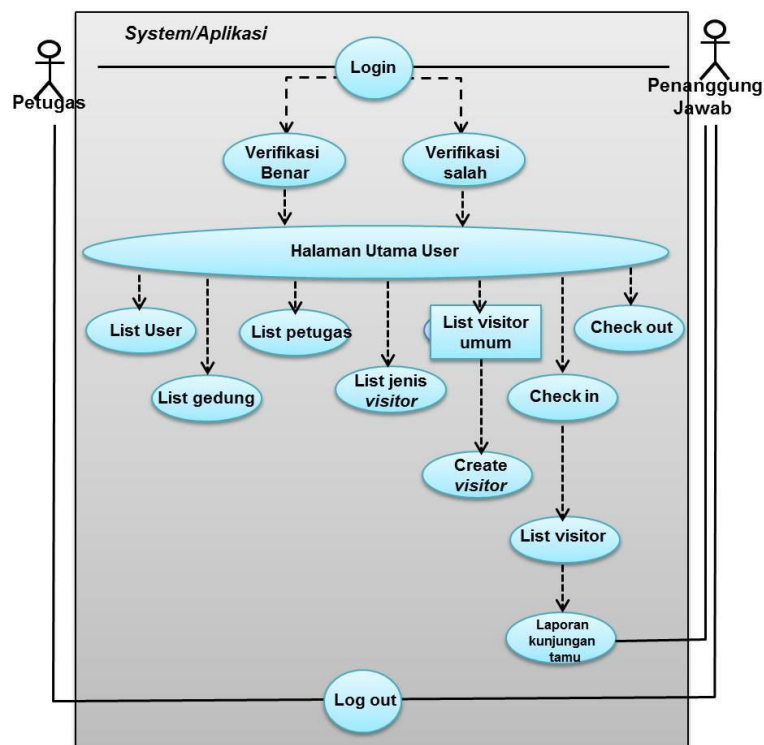
Gambar 3. Alur e-visitor

Dalam merancang dan membuat aplikasi tamu diperlukan arsitektur aplikasi sebagai berikut: Aplikasi tamu yang di buat menggunakan bahasa pemrograman berbasis PHP; Untuk penyimpanan data dengan menggunakan Database MySQL; Untuk User/Operator aplikasi yang digunakan untuk mengakses adalah aplikasi web browser sebagai User Interface.

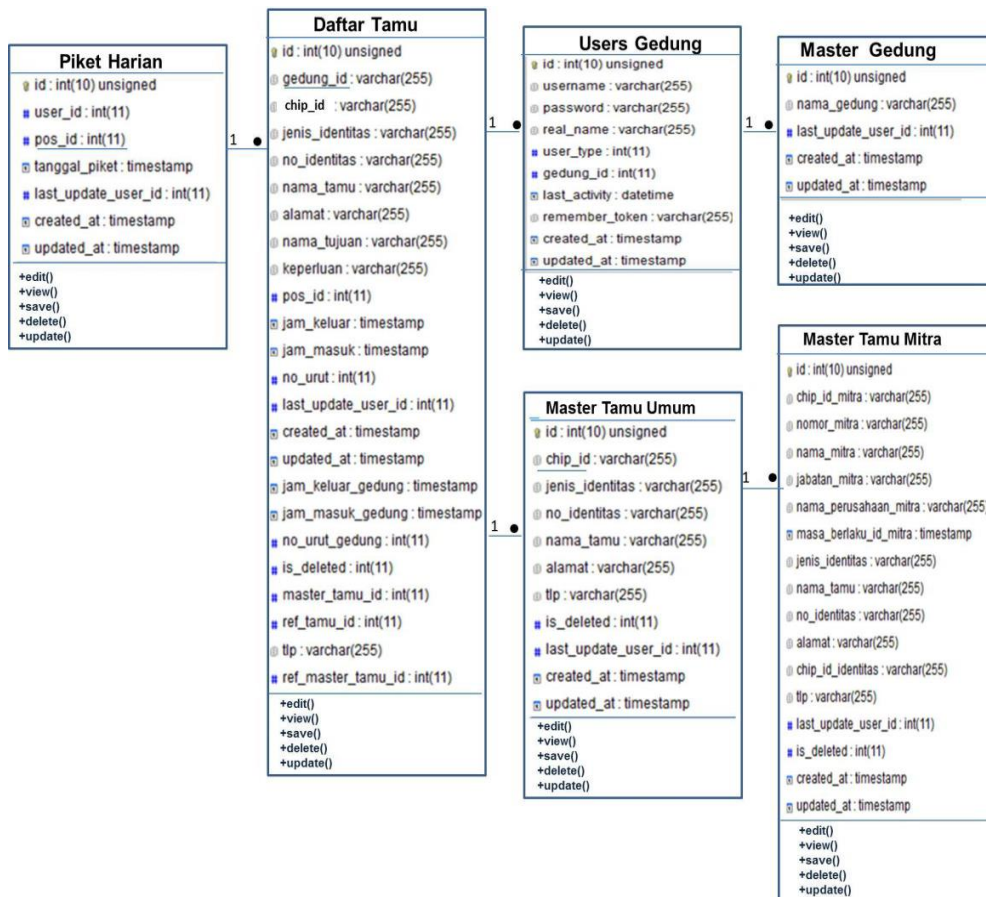


Gambar 4. Arsitektur e_visitor

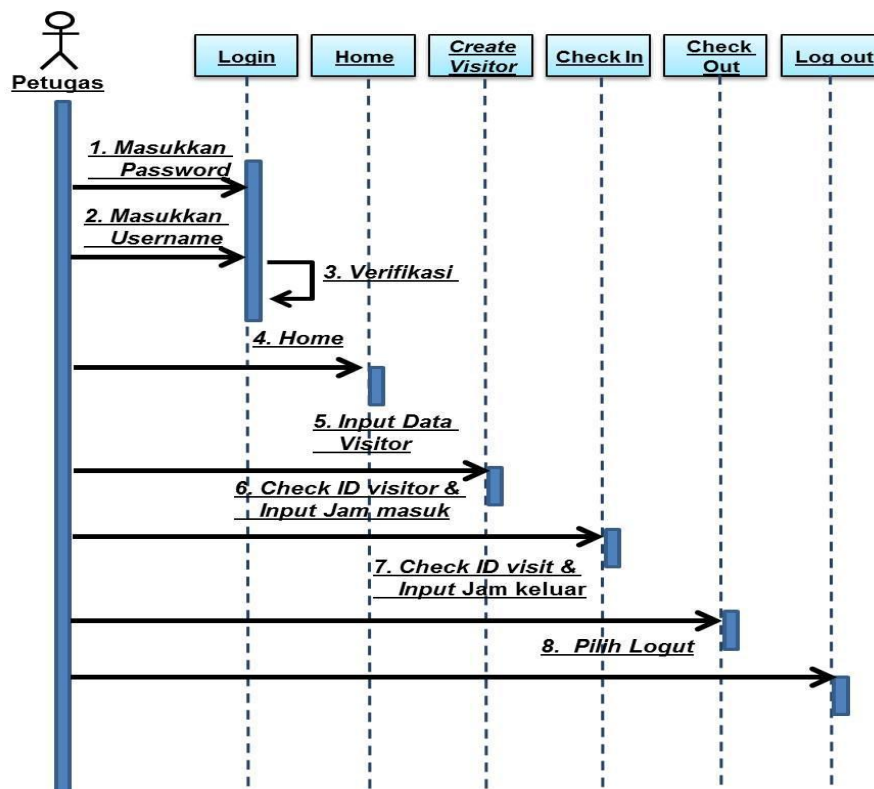
Perancangan Sistem merupakan awal dari pembuatan sistem, melihat pada kebutuhan fungsional yang dirancang untuk dikembangkan. Perancangan sistem yang diusulkan merupakan tahap untuk memperbaiki atau meningkatkan efisiensi kerja. Tahapan perancangan sistem ini dijelaskan menggunakan pemodelan berorientasi objek dengan UML (*Unified Modelling Language*), dan digambarkan melalui *Use Case Diagram*, *Class Diagram*, *Activity Diagram* dan *Sequence Diagram*.



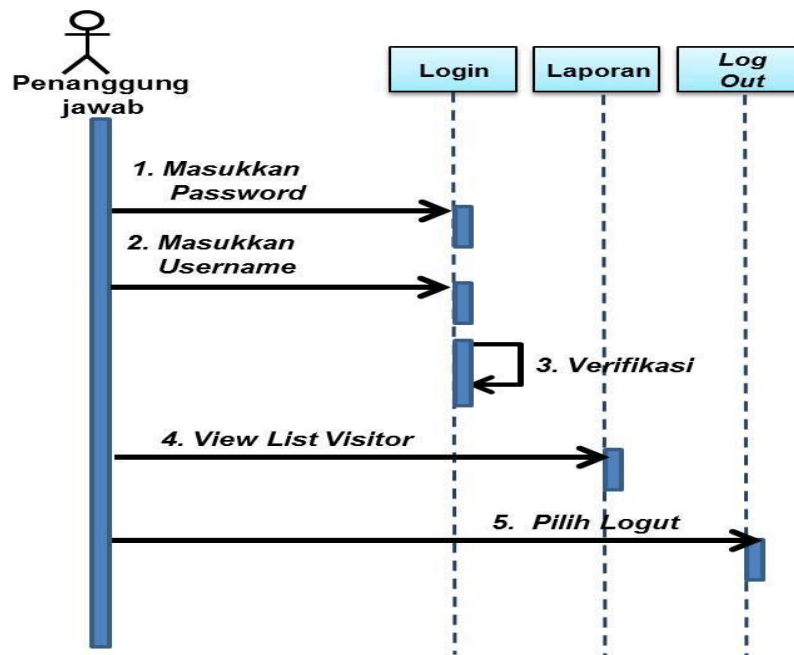
Gambar 5. Use Case Diagram Penanggung Jawab dan Petugas



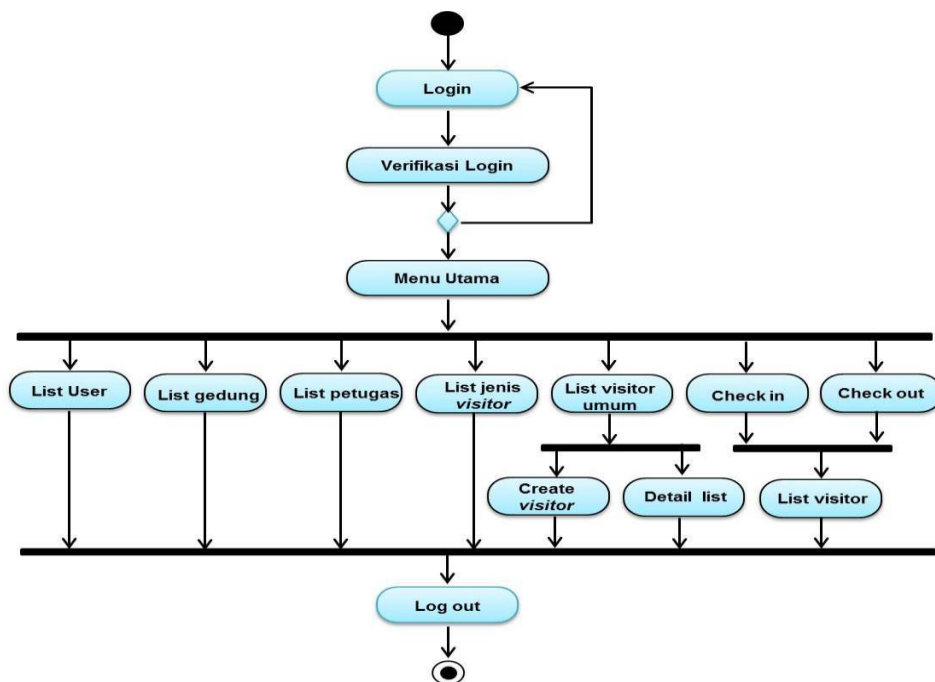
Gambar 6. Class Diagram



Gambar 7. Sequence Diagram Petugas

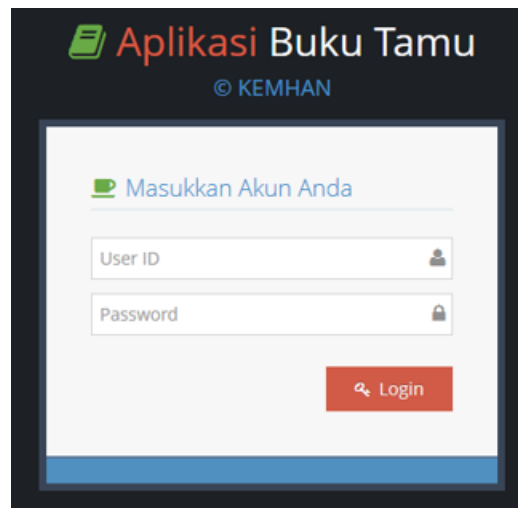


Gambar 8. Sequence Diagram Penanggung Jawab



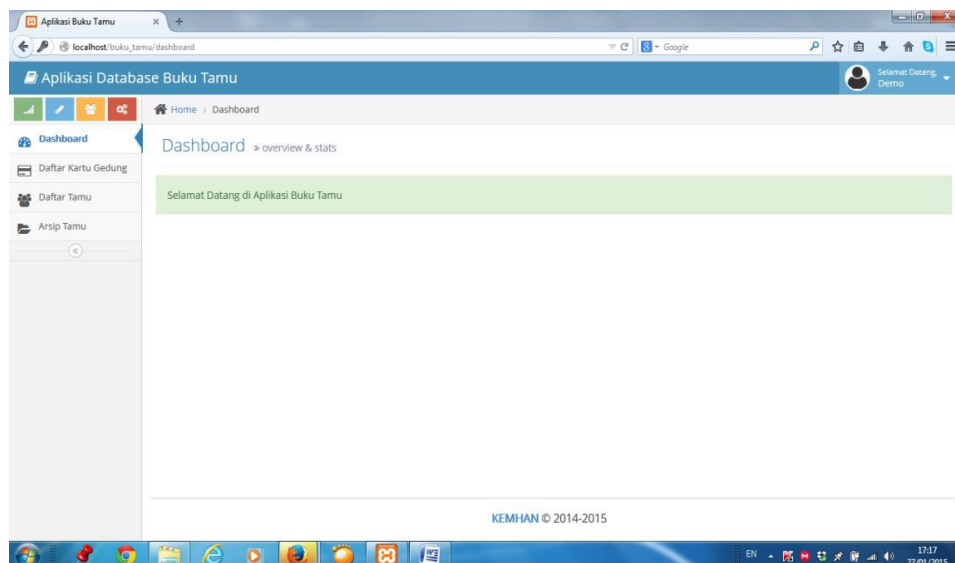
Gambar 9. Activity Diagram Petugas

Berdasarkan activity diagram sistem usulan pada Gambar 8 terdapat: 1 initial node yang merupakan awal kegiatan, 14 Activity yang dilakukan oleh aktor-aktor, 4 fork node yang menjelaskan aliran-aliran. 1 Final Node yang merupakan akhir kegiatan. Halaman input login adalah halaman dimana user yang punya otoritas dapat masuk ke halaman Selanjutnya. Agar user mendapatkan otoritas tersebut user harus sudah terdaftar dalam aplikasi dan didaftarkan oleh Admin.



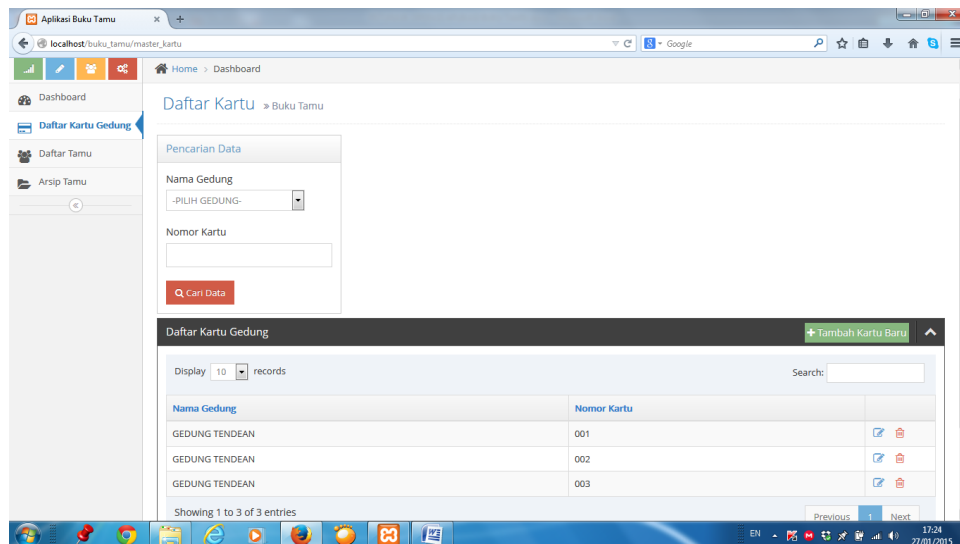
Gambar 10. Halaman Login

Halaman Dashboard adalah halaman awal yang merupakan halaman lanjutan dari halaman login setelah user masuk dengan menggunakan user id dan password pada form login. Pada halaman ini terdapat beberapa menu. Adapun halaman dashboard bisa anda seperti pada gambar 11 di bawah ini:



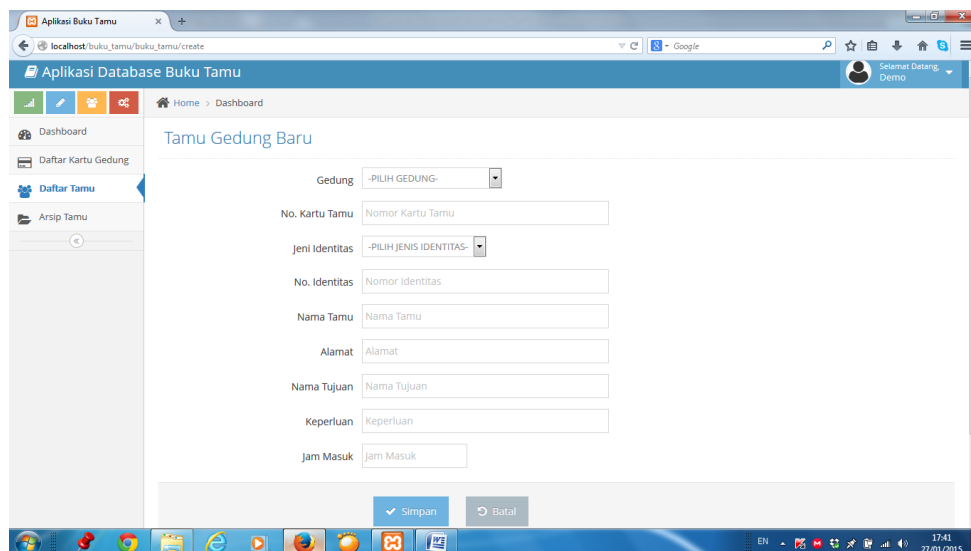
Gambar 11. Halaman Dashboard

Halaman daftar tamu berfungsi untuk menambah atau mendaftarkan data nomor kartu tamu dalam setiap gedung sesuai dengan jumlah kartu yang tersedia. Dalam modul ini setiap gedung mempunyai nomor yang sama sesuai dengan jumlah kartu yang tersedia, halaman daftar tamu ada di Gambar 12.



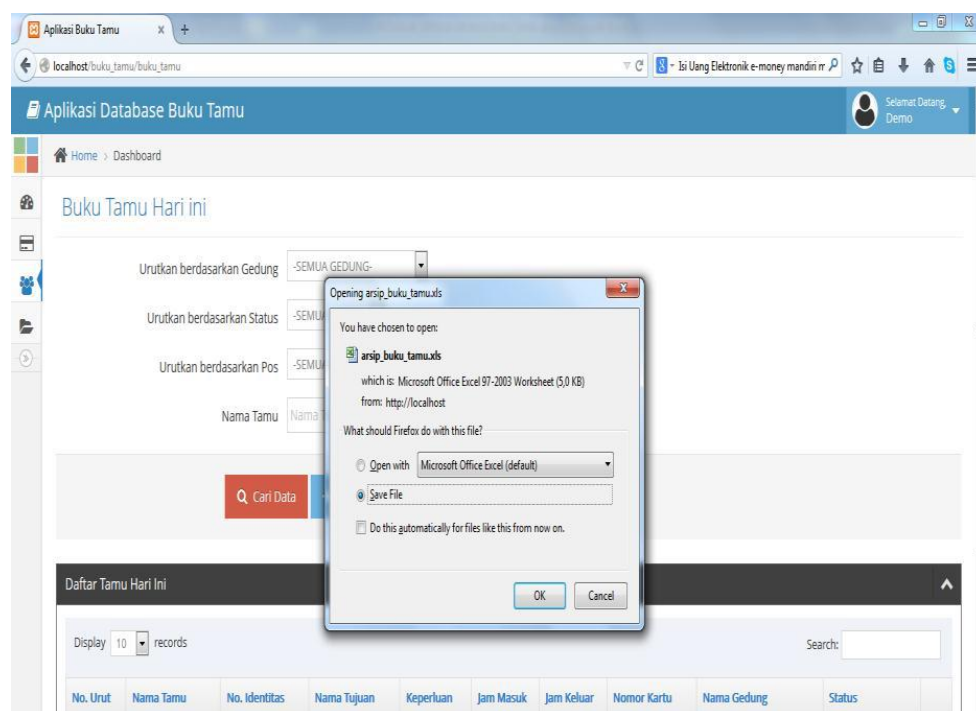
Gambar 12. Halaman Daftar Tamu

Halaman tambah data tamu berfungsi untuk mendaftar atau menambah data tamu sesuai dengan kolom yang tersedia seperti : Gedung yang di kunjungi, Nomor Kartu Tamu, Jenis Identitas, Nomor Identitas, Nama Tamu, Alamat Tamu, Tujuan Tamu, Keperluan, Jam Masuk, Jam Keluar (pada saat tamu menukarkan kartu dengan Identitas). Halaman tambah data tamu dapat dilihat di Gambar 13.



Gambar 13. Halaman Tambah data Tamu

Halaman cetak data tamu adalah untuk mencetak Daftar Tamu dengan tampilan download file dengan format excel bisa dilihat seperti pada Gambar 14 dibawah.



Gambar 14. Halaman Cetak data Tamu

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan uraian analisa masalah mengenai sistem pengelolaan data tamu di Kementerian Pertahanan yang ditugaskan pada Bagian Pengamanan Biro Umum Setjen Kemhan yang mempunyai fungsi pengamanan di lingkungan Kementerian Pertahanan, maka dapat diambil disimpulkan bahwa Sistem pengelolaan data tamu yang keluar masuk pada lingkungan pertahanan khususnya di area Jl. Merdeka Barat dan Jl. Tanah Abang Timur Jakarta Pusat masih kurang efektif dan rawan dalam bidang keamanan, karena sistem yang berjalan masih manual, dimana tamu harus menuliskan sendiri identitas dan waktu keluar masuk kedalam log book dan petugas tidak bisa mencatat secara otomatis waktu keluar masuk tamu yang berkunjung sehingga tidak akurat dalam pencatatan waktu keluar masuk tamu yang berkunjung di area Jl. Merdeka Barat dan Jl. Tanah Abang Timur Jakarta Pusat; Terjadinya kerangkapan data tamu sehingga tamu harus menuliskan data tamu kembali, meskipun data tamu sudah ada sebelumnya. Hal ini akan menyulitkan dalam pemeriksaan history kunjungan tamu yang keluar masuk pada area Jl. Merdeka Barat dan Jl. Tanah Abang Timur Jakarta Pusat. Sehingga disarankan agar proses pengelolaan data tamu dapat berjalan dengan baik, maka dibuat sistem yang berbasis web, sehingga pengelolaan data tamu dapat terkontrol dan tidak terjadi kerangkapan data tamu.

REFERENSI

1. Adcoms, *Kupas Tuntas Adobe Dreamweaver CS5 Dengan Pemrograman PHP & MySQL*, 2011, Andi Offset, Yogyakarta.
2. Arief, R. M., *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP & MySQL*, 2011, Andi Offset, Yogyakarta.
3. Badiyanto, *Buku Pintar Framewok VII*, 2013, Mediakom, Yogyakarta.
4. Hidayatullah, P., & Kawistara, J. K., *Pemrograman*, 2014, Informatika Bandung, Bandung.
5. Kadir, A., *Mudah Mempelajari Database*. 2013, Graha Ilmu , Yogyakarta.
6. L. Gaol , CHR. Jimmy (editor Rayendra L. Toruan), *Keandalan dan sukses sekretaris perusahaan atau organisasi*, 2015, Cetakan pertama, PT Elekmedia komputindo, Jakarta.
7. Peraturan Menteri Pertahanan Nomor 58 Tahun 2014 tentang *Organisasi dan Tata Kerja Kemhan*.
8. Prasetio, A., *Buku Pintar Pemrograman*, 2012, Media Kita, Jakarta.
9. PROTAP/06/IX/2014 tentang *Tata cara penerimaan tamu di lingkungan Kementerian Pertahanan*.
10. Sutabri, T., *Buku Pengantar Teknologi Informasi*. 2012, Bumi aksara, Jakarta.
11. Triandini, E., & Suardika, I. G., *Analisa Desain Proyek Menggunakan UML*, 2012, Andi Offset, Yogyakarta.
12. Yakub, *Pengantar Sistem Informasi*. 2012, Graha Ilmu, Yogyakarta.
13. Haerudin, dkk. (2013). *Perancangan Sistem Informasi Perpustakaan Berbasis Web pada Madrasah Aliyah Negeri Balaraja Kabupaten Tangerang*. CCIT Vol.7 No.1-September 2013
14. Henderi, dkk. (2011). *Desain Aplikasi e-learning Sebagai Media Pembelajaran Artificial Informatics*. Jurnal CCIT. Vol.4, No.3 .
15. Rahardja, dkk. (2011). *Peningkatan Kinerja Distributed Database Melalui Metode DMQ Base Level*. Journal CCIT Vol.4 No.3 .
16. Apparation11. *Guest Book*. 2014. Diakses pada 30 April 2015 Pukul 11.00 Diakses dari: <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Guestbook&action=history>
17. Remick, Jarel. (2011). *What Is a Web App? Here's Our Definition*, <http://web.appstorm.net>, dilihat 17 Mei 2015.

Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Fuji Dharma Electric Jakarta

Ahmad Rojikun¹⁾, Lily Nabilah²⁾

¹⁾Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

²⁾Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence author: Rojikun65@gmail.com

Received : 23 Juni 2021

Accepted : 24 September 2021

Published: 30 September 2021

DOI: <https://doi.org/10.3701/ileka.v2i2.571>

ABSTRAK

Komunikasi didalam organisasi adalah hal yang mengikat pada kesatuan organisasi. Salah satu tantangan terbesar dalam komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam bagaimana Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di PT. Fuji Dharma Electric Jakarta. Bilamana Informasi yang tersampaikan sesuai dengan kebutuhan, maka komunikasi yang dijalankan efektif akan secara otomatis menghasilkan suatu kinerja karyawan yang baik didalamnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif fenomenologi adalah jenis penelitian yang berorientasi pada hasil filsafat. Filsafat yang dimaksud adalah upaya peneliti menggali informasi dengan cara mencari arti, makna secara esensinya, dimana pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam teknik wawancara merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan dan didahului beberapa pertanyaan informal. Wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan dan didahului beberapa pertanyaan informal. Sedangkan informan dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Analisis data yang diperoleh menggunakan model Miles dan Huberman, dan keabsahan data diuji menggunakan triangulasi data/sumber. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa komunikasi organisasi di PT. Fuji Dharma Electric telah efektif dilihat dalam indikator fungsi komunikasi organisasi sehingga berdampak pada kinerja karyawan yang baik/optimal.

Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, Kinerja Karyawan.

ABSTRACT

Communication within the organization is the thing that binds the unity of the organization. One of the biggest challenges in organizational communication is how to convey information to all parts of the organization and how to receive information from all parts of the organization. The purpose of this study is to find out more about the Role of Organizational Communication in Improving Employee Performance at PT. Fuji Dharma Electric Jakarta. If the information conveyed is according to needs, then effective communication will automatically produce a good employee performance in it. This study uses a qualitative method of phenomenology is a type of research-oriented philosophy results. The philosophy in question is the researchers' efforts to explore information by looking for meaning, meaning in essence, where data collection uses observation, interviews and documentation techniques. In the interview technique is a conversation that has a purpose and is preceded by several informal questions. Interviews in qualitative research are conversations that have a purpose and are preceded by several informal questions. While the informants are selected based on *purposive sampling*. Analysis of the data obtained using the Miles and Huberman model, and the validity of the data was tested using data/source triangulation. The results obtained indicate that organizational communication at PT. Fuji Dharma Electric has been effectively seen in the indicators of the organizational communication function so that it has an impact on good/optimal employee performance.

Keywords: Organizational Communication, Employee Performance.

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk yang hidup berkelompok bukan makhluk individu. Interaksi manusia dengan sesamanya merupakan fungsi komunikasi sebagai alat (instrument) yang dipakai manusia untuk melancarkan sebuah interaksi sosial antar individu dengan individu lainnya, juga individu dengan kelompok lainnya hingga antar sesama kelompok dengan kelompok lainnya. Komunikasi adalah suatu proses sosial yang sangat mendasar bahkan vital dalam keberlangsungan hidup manusia didalam masyarakat. Demikian juga didalam sebuah organisasi, komunikasi menjadi pondasi utama dalam keberlangsungan jalannya suatu organisasi, karena pada kenyataannya masalah komunikasi selalu muncul dalam suatu proses organisasi.

Terbentuknya sebuah organisasi yang kondusif merupakan hasil komunikasi yang efektif dalam organisasi, sebuah interaksi sosial antar individu dengan individu lainnya, juga individu dengan kelompok hingga antar sesama kelompok dengan kelompok lainnya. adanya perbedaan - perbedaan individu dan ketidak mengerti (*mis-understanding*) dalam organisasi dapat diminimalisir, sehingga kinerja seluruh karyawan dapat berlangsung dengan baik. Salah satu organisasi yang mengandalkan komunikasi organisasi dalam rangka mewujudkan tujuan mencapai visi dan misi hingga sampai menjaga keberlangsungan organisasi tersebut adalah PT.Fuji Dharma Electric yang berlokasi di Pulo Gadung Jakarta.

Selain diperlukannya sebuah komunikasi organisasi yang efektif dalam menjalankan suatu tujuan organisasi, di lain sisi adanya kinerja yang baik adalah salah satu stimulus untuk sebuah organisasi dalam menjaga eksistensinya. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja pentingnya sebuah wewenang atasan yakni otoritas yang merupakan sifat dari suatu komunikasi atau perintah dalam suatu organisasi formal yang dimiliki oleh suatu anggota organisasi kepada orang lain untuk melakukan suatu kegiatan kerja sesuai dengan kontribusinya. (Prawirosentono, 1999:27). Perintah tersebut mengatakan apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan.

Adapun bagaimana peran serta karyawan dalam mengelola program dan kegiatan organisasi sesuai apa yang telah menjadi *job description* serta pesan tugas dari jajaran pimpinan PT.Fuji Dharma Electric yang pada akhirnya membuat peneliti tertarik untuk mengkaji dan menguji keterkaitan Peran Komunikasi Organisasi dengan Kinerja Karyawan di PT.Fuji Dharma Electric Jakarta. Adanya struktur organisasi yang memiliki banyak badan dan letak yang berbeda-beda membuat koordinasi dalam sebuah organisasi pemerintahan atau perusahaan memerlukan sistem komunikasi yang baik. Komunikasi yang efektif merupakan usaha terbaik

dalam mengoptimalkan koordinasi dan hubungan antar badan dalam organisasi pemerintahan atau perusahaan. Sehingga adanya komunikasi efektif secara otomatis menghasilkan kinerja karyawan yang baik. Maka dipilihnya judul ini oleh peneliti dimaksudkan untuk melihat dan mengetahui bagaimana sebuah pesan tugas dalam PT.Fuji Dharma Electric disampaikan dari komunikator/ jajaran pimpinan kepada komunikan/ jajaran staff sehingga pesan yang diterima bisa menjadi efektif dan dapat mengoptimalkan kinerja.

Mengenai kinerja karyawan Bernandin dan Russel dalam Sopiah (2008: 182) mengemukakan enam kriteria primer untuk mengukur prestasi kerja / kinerja karyawan, yaitu *Quality, Quantity, Timeliness, Cost Effectiveness, Need for supervision* dan terakhir *Interpersonal impact*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode Korelasional dengan pendekatan kuantitatif, pertimbangan menggunakan metode ini digunakan untuk: (1) Mengukur hubungan diantara variabel (2) Meramalkan variabel tak bebas dari pengetahuan kita tentang variabel bebas (Jalaluddin Rakhmat, 2007).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Karyawan PT.Fuji Dharma Electric yang berjumlah 32 karyawan , karena populasi tidak mencapai seratus maka tidak ditarik sampel untuk itu maka penelitian ini merupakan penelitian populasi dan teknik pengambilan sampel adalah sampel jenuh ialah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel. Teknik pengambilan data dengan menggunakan wawancara langsung dengan responden yaitu karyawan PT.Fuji Dharma Electric dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu faktor yang turut menentukan pencapaian tujuan organisasi perusahaan adalah komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi sangat berhubungan erat dengan efektivitas kinerja karyawan jika komunikasi organisasi berjalan dengan baik dan benar maka akan terjadi efektivitas kinerja karyawan. Secara umum dapat dikatakan bahwa komunikasi organisasi yang baik dan benar pada karyawan disuatu perusahaan mengindikasikan bahwa terjadi peningkatan kinerja karyawannya. Suatu komunikasi dibutuhkan juga dalam organisasi dimana dengan adanya komunikasi organisasi yang efektif dapat tercipta suatu efektivitas kerja dalam lingkungan suatu organisasi. Oleh karena itu permasalahan dalam penelitian ini

adalah “Apakah Hubungan Antara Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT.Fuji Dharma Electric.” Dan untuk menjawab permasalahan tersebut diajukan hipotesis sebagai berikut:”Ada Hubungan Antara . Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT.Fuji Dharma Electric.”

Dari hasil perhitungan dan analisis $r_{Uji} = 0,78$ kemudian dilanjutkan dengan nilai $t_{Uji} = 6,78$ dan nilai $t_{Tabel} = 1,70$. Hal ini mengisyaratkan bahwa nilai t_{Uji} lebih besar dari nilai t_{Tabel} yaitu $6,78 > 1,70$ pada taraf signifikan 0,05 (5%). Dengan demikian dapat disimpulkan menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan ada hubungan yang signifikan antara Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT.Fuji Dharma Electric. Selanjutnya menjawab masalah utama pada penelitian ini adalah “Apakah Komunikasi Organisasi Berpengaruh Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT.Fuji Dharma Electric” Dan untuk menjawab masalah utama tersebut diajukan hipotesis sebagai berikut: “Komunikasi Organisasi berpengaruh Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT.Fuji Dharma Electric.” Dari hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 2,79 + 0,88X$.

Dari hasil persamaan regresi sederhana ternyata koefisien regresi (koefisien arah b) diperoleh nilai 0,88X, ini menunjukkan bahwa setiap satu variabel Komunikasi Organisasi akan diikuti 0,88 variabel peningkatan kinerja karyawan PT.Fuji Dharma Electric Kemudian hasil arah regresi dari kedua variabel yang dapat dilihat pada tabel ANAVA (Analisis Variens) menunjukkan adanya hubungan Fungsional (Linear) dan berarti atau bermakna antar kedua variabel yaitu antara Peran Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT.Fuji Dharma Electric.

Selanjutnya variabel antara Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT Fuji Dharma Electric , dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi atau daya penentu dimana hasilnya $R^2 = 0,78^2 = 0,61 = 61 \%$, artinya Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT Fuji Dharma Electric adalah 46% sedangkan sisanya 39 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian. Hasil penelitian ini dikaitkan dengan teori yang digunakan , adalah . teori yang menjadi landasan penelitian ini adalah menggunakan model transaksional dalam model komunikasi ini memberikan penekanan pada proses pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus menerus dalam suatu sistem komunikasi. Dalam mekanisme pengiriman dan penerimaan pesan, proses komunikasi berlangsung secara kooperatif dimana pengirim dan penerima secara bersama-sama bertanggung jawab terhadap eksese/akibat dari proses komunikasi yang berlangsung, apakah efektif atau tidak, karena didalam model ini makna

dibangun oleh umpan balik dari peserta komunikasi. Model transaksional berasumsi bahwa saat kita terus menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik elemen verbal atau non verbal, dengan kata lain peserta komunikasi (komunikator) melakukan proses negosiasi makna.

Dalam model transaksional ini juga terdapat bidang pengalaman, tetapi terjadi perpotongan, dengan demikian pada proses komunikasi yang berlangsung masing-masing menunjukkan proses pemahaman yang terjalin aktif, sehingga timbul suatu pemahaman baru sebagai proses interaksi, intergrasi dan komunikasi diantara masing-masing peserta komunikasi dengan pengalaman yang berbedabeda, Model transaksional yang dikemukakan oleh West & Turner dikaitkan dengan penelitian ini adalah proses penyampaian pesan pada karyawan PT Fuji Dharma Electric yang bergerak dibidang elektronik sehingga masing-masing karyawan dapat memahami informasi yang disampaikan menggunakan makna dengan pengalaman-pengalaman sehingga terjadi proses pemahaman yang terjalin secara aktif dengan karyawan , dan jika karyawan dapat memahami pesan tentang pekerjaan maka mempengaruhi kegiatan organisasi, seperti efisiensi kinerja, karyawan Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil penelitian dan teori menunjukkan bahwa ternyata Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT Fuji Dharma Electric.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam penelitian ini disimpulkan bawa ada hubungan signifikan antara Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT Fuji Dharma Electric hal ini ditunjukkan melalui Uji t dimana nilai $t_{Uji} = 6,78$ lebih besar dari nilai $t_{Tabel} = 1,70$. kemudian lebih dipejelas lagi dengan nilai $r_{Uji} = 0,78$ dikonsultasikan pada tabel Guilford menunjukkan hubungan yang “berarti”. Hasil penelitian ini berarti bahwa pengaruh variabel komunikasi organisasi berhubungan secara signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan PT Fuji Dharma Electric dimana komunikasi organisasi disini dapat dijelaskan bahwa adanya komunikasi diantara karyawan , keterbukaan informasi, frekuensi berkomunikasi yang sering dilakukan dan adanya suatu kerjasama yang dilakukan oleh karyawan sehingga berhubungan secara signifikan.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi atau daya penentu, Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT Fuji Dharma Electric adalah 61% sedangkan sisanya 39% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil analisis regresi linear Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT Fuji Dharma Electric terdapat hubungan yang fungsional dan linear dan berarti (bermakna) diantara kedua variabel yaitu Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Fuji Dharma Electric.

REFERENSI

1. Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
2. Creswell, John W. 2010. Edisi ke 3. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
3. Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi : Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
4. Jumroni, Suhaimi. 2006. *Metode-metode Penelitian Komunikasi* : Ciputat, UIN Press.
5. Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
6. Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 1998. *Komunikasi Organisasi. Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosda Karya
7. Rakhmat, Jalalludin, 2007, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT Remadja Rosda Karya, Bandung
8. Riduwan, 2008, *Dasar-Dasar Statistika*, Alfabeta Bandung.
9. Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta : Andi Offset.
10. Siagian. P Sondang. 2009. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta : Rineka Cipta

Perbandingan Resiko Investasi Portofolio Saham Perusahaan Non Jasa Keuangan di Bursa Efek Indonesia

Aulia Ikhsan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas MH Thamrin Jakarta

Corresepondence author: , auliaikhsan.academy@gmail

Received : 10 Juni 2021

Accepted : 24 September 2021

Published: 30 September 2021

DOI: <https://doi.org/10.3701/ileka.v2i2.570>

ABSTRAK

Portofolio investasi saham bertujuan meminimalkan risiko yang mungkin timbul saat berinvestasi saham. Dalam proses manajemen portofolio saham, terdapat 3 (tiga) tahapan utama yang harus dilakukan. Pertama adalah pemilihan saham yang membentuk portofolio, kedua adalah penentuan bobot alokasi dana bagi setiap saham di dalam portofolio, dan ketiga adalah evaluasi kinerja portofolio melalui pengukuran risiko. Pada penelitian ini akan dibandingkan estimasi risiko dari portofolio saham yang dibentuk berdasarkan industri dari konstituen yang berada di perhitungan Indeks PEFINDO i-Grade untuk tahun 2020 atau selama pandemi COVID-19. Setelah portofolio terbentuk, ditentukan bobot alokasi dana bagi setiap saham di dalam portofolio menggunakan Metode *Mean-Variance Efficient Portfolio* (MVEP) dan selanjutnya diukur kinerja portofolio saham yang telah dibentuk berdasarkan pengukuran risiko dengan menggunakan metode *Value at Risk* (VaR). Berdasarkan hasil yang diperoleh, portofolio industri yang memiliki risiko yang besar adalah industri konstruksi. Selain itu, berdasarkan hasil simulasi perhitungan nilai VaR, pemberian bobot alokasi dana yang besar pada saham-saham dengan volatilitas tinggi, dapat mendorong kenaikan nilai VaR. Dengan demikian, dalam membuat portofolio saham berdasarkan industri, sebaiknya dipilih saham-saham yang memiliki volatilitas yang rendah agar diperoleh portofolio dengan risiko yang rendah. Lebih lanjut, kondisi perekonomian juga harus menjadi pertimbangan dalam membuat portofolio saham berdasarkan industri dengan risiko yang rendah.

Kata Kunci: Indeks PEFINDO i-Grade, *Mean-Variance Efficient Portfolio*, *Value at Risk*.

ABSTRACT

The stock investment portfolio is created to minimize a risk that emerges when investing stocks. In the process of stock portfolio management, there are three main steps that have to be conducted. The first step is electing stock to create a portfolio, the second step is determining the weight of fund allocation for every stock in the portfolio, and the third step is evaluating the portfolio's performance by a risk measurement. In this research, we will compare a risk estimation of stock portfolio created based on industries of the constituent of PEFINDO i-Grade index in 2020 or during the COVID-19 pandemic. After the portfolio was created, the weight of fund allocation for every stock will be determined using *Mean-Variance Efficient Portfolio* (MVEP) method and then the performance of the stock portfolio was created before will be measured in a risk measurement using *Value at Risk* (VaR) method. Based on the result of the research, the industry portfolio that has the highest risk is the construction industry. Further, based on the simulation of VaR calculation, giving a higher weight on stocks that have high volatility could prompt the VaR increase. Therefore, when creating a stock portfolio based on industry, we should choose stocks with low volatility to get a low-risk portfolio. Further, economic condition has to be a consideration in order to get a low-risk stock portfolio based on industry.

Keywords: PEFINDO i-Grade Index, *Mean-Variance Efficient Portfolio*, *Value at Risk*.

PENDAHULUAN

Salah satu instrumen efek yang saat ini paling banyak dipakai berinvestasi di pasar modal adalah saham. Saham adalah tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas (Darmadji & Fakhruddin, 2001). Berinvestasi saham di Pasar Modal, terutama jika hanya berinvestasi dengan satu saham menjanjikan keuntungan yang besar, tapi juga memiliki risiko yang besar karena pergerakan harga saham di bursa saham yang berfluktuatif. Untuk mengatasi hal tersebut, sejumlah investor membentuk portofolio saham sebagai salah satu cara untuk meminimumkan risiko melalui pembobotan untuk setiap saham. Ada tiga proses penting yang diperlukan di dalam manajemen portofolio saham, pertama adalah proses penyeleksian saham-saham yang akan dimasukkan ke dalam portofolio. Kedua adalah proses pengalokasian dana untuk setiap saham yang terpilih agar diperoleh portofolio optimal. Proses yang terakhir adalah proses pengukuran risiko dari portofolio optimal yang sudah dibuat (Elton. *et.al.*, 2013)

Pada penelitian ini akan dibandingkan estimasi risiko dari portofolio saham yang dibentuk berdasarkan industri yang sama dari perusahaan-perusahaan non Jasa Keuangan yang menjadi anggota indeks PEFINDO i-Grade, yaitu indeks harga saham yang memuat saham-saham dari perusahaan-perusahaan yang mendapatkan peringkat layak investasi dari PT Pemeringkat Efek Indonesia (PEFINDO). Industri yang memungkinkan untuk membentuk portofolio terbagi menjadi tujuh industri, yaitu Konstruksi, Kimia, Holding Investasi, Makanan dan Minuman, Telekomunikasi, Pertambangan, dan Properti. Portofolio tersebut dibagi berdasarkan industri perusahaan-perusahaan yang menjadi konstituen PEFINDO i-Grade selama tahun 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya estimasi risiko dari setiap portofolio saham berdasarkan masing-masing industri selama terjadinya wabah COVID-19 di Indonesia pada tahun 2020.

METODE

Data yang digunakan adalah data tingkat imbal hasil harga saham dari perusahaan-perusahaan layak investasi non Jasa Keuangan yang menjadi anggota indeks PEFINDO i-Grade dalam kurun waktu tahun 2020. Sementara itu, metode yang digunakan untuk menganalisa data adalah dengan menggunakan dua metode. Metode pertama adalah metode *Mean-Variance Efficient Portfolio*. Metode kedua adalah metode *Variance-Covariance* dalam mengestimasi risiko portofolio dalam bentuk nilai *Value at Risk*.

Metode *Mean-Variance Efficient Portfolio* (MVEP) adalah metode yang digunakan untuk memperoleh nilai bobot alokasi dana (W) untuk setiap saham di dalam portofolio yang

meminimumkan risiko dengan cara meminimumkan varian dari tingkat imbal hasil saham-saham di dalam portofolio. Menurut Maruddani dan Purbowati (2009), pengoptimalan dengan cara meminimumkan varian dari portofolio menggunakan *MVEP* secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$\underbrace{\text{Minimum}}_W \sigma_P^2 \dots\dots\dots (1)$$

Jika varian portofolio pada Persamaan 1 di atas dituliskan dengan bentuk matriks, maka bentuk matriks dari varian portofolio dapat dituliskan pada Persamaan 2 sebagai bentuk kuadrat (Searle, 1982).

$$\sigma_P^2 = [W_1 \ W_2 \ \dots \ W_n] \begin{bmatrix} \sigma_{11} & \sigma_{12} & \dots & \sigma_{1n} \\ \sigma_{21} & \sigma_{22} & \dots & \sigma_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \sigma_{n1} & \sigma_{n2} & \dots & \sigma_{nn} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} W_1 \\ W_2 \\ \vdots \\ W_n \end{bmatrix} = \mathbf{W}^T \boldsymbol{\Sigma} \mathbf{W} \dots\dots\dots (2)$$

Sehingga Persamaan 2 dapat dituliskan kembali sebagai berikut:

$$\underbrace{\text{Minimum}}_W \mathbf{W}^T \boldsymbol{\Sigma} \mathbf{W} \dots\dots\dots (3)$$

Namun pengoptimalan portofolio tersebut terkendala dengan bobot alokasi dana yang jika dijumlahkan harus bernilai 1, yaitu:

$$\sum_{i=1}^n W_i = [1 \ 1 \ \dots \ 1] \begin{bmatrix} W_1 \\ W_2 \\ \vdots \\ W_n \end{bmatrix} = \mathbf{1}_n^T \mathbf{W} = \mathbf{1} \dots\dots\dots (4)$$

Oleh karena itu, pengoptimalan nilai $\mathbf{W}$ berdasarkan Persamaan 3 dengan adanya kendala pada Persamaan 4 dapat diselesaikan dengan menggunakan metode *lagrange* (Purcell dan Varberg, 1987). Fungsi *Lagrange* dapat dituliskan sebagai:

$$\begin{aligned} L(W) &= \mathbf{W}^T \boldsymbol{\Sigma} \mathbf{W} + \lambda (1 - \mathbf{1}_n^T \mathbf{W}) \\ &= \mathbf{W}^T \boldsymbol{\Sigma} \mathbf{W} + \lambda - \lambda \mathbf{1}_n^T \mathbf{W} \dots\dots\dots (5) \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan nilai $\mathbf{W}$, maka fungsi *Lagrange* di atas harus diturunkan terhadap vektor $\mathbf{W}$, kemudian disamakan dengan nol. Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} L'(\mathbf{W}) &= \frac{\partial L(\mathbf{W})}{\partial \mathbf{W}} = 0 \\ 2\boldsymbol{\Sigma}\mathbf{W} - \lambda \mathbf{1}_n &= 0 \\ 2\boldsymbol{\Sigma}\mathbf{W} &= \lambda \mathbf{1}_n \\ \mathbf{W} &= \frac{1}{2} \lambda \boldsymbol{\Sigma}^{-1} \mathbf{1}_n \dots\dots\dots (6) \end{aligned}$$

karena nilai pengali *Lagrange* (λ) belum diketahui, maka dengan menggunakan Persamaan 4, nilai pengali *Lagrange* (λ) tersebut dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \mathbf{1}_n^T \mathbf{W} &= 1 \\ \mathbf{1}_n^T \left(\frac{1}{2} \lambda \boldsymbol{\Sigma}^{-1} \mathbf{1}_n \right) &= 1 \\ \frac{1}{2} \lambda \mathbf{1}_n^T \boldsymbol{\Sigma}^{-1} \mathbf{1}_n &= 1 \\ \lambda &= \frac{2}{\mathbf{1}_n^T \boldsymbol{\Sigma}^{-1} \mathbf{1}_n} \dots\dots\dots (7) \end{aligned}$$

dengan mensubsitusikan Persamaan 7 ke dalam Persamaan 6, maka akan diperoleh:

$$\begin{aligned} \mathbf{W} &= \frac{1}{2} \left(\frac{2}{\mathbf{1}_n^T \boldsymbol{\Sigma}^{-1} \mathbf{1}_n} \right) \boldsymbol{\Sigma}^{-1} \mathbf{1}_n \\ \mathbf{W} &= \frac{\boldsymbol{\Sigma}^{-1} \mathbf{1}_n}{\mathbf{1}_n^T \boldsymbol{\Sigma}^{-1} \mathbf{1}_n} \dots\dots\dots (8) \end{aligned}$$

yang merupakan vektor pembobot alokasi dana untuk n buah saham di dalam portofolio.

Jika matriks $\boldsymbol{\Sigma}$ pada Persamaan 8 di atas adalah matriks definit positif, maka vektor bobot yang dihasilkan pada Persamaan tersebut merupakan nilai bobot yang dapat meminimumkan varian dari portofolio yang telah dibuat.

Sementara itu, metode *Variance-Covariance* digunakan untuk mengestimasi risiko portofolio dalam bentuk nilai *Value at Risk*. Metode ini mengestimasi risiko dengan memasukkan aspek waktu dan distribusi peluang dari tingkat imbal hasil dalam perhitungannya. Secara umum persamaan untuk menghitung nilai *Value at Risk* dengan metode *Variance-Covariance* adalah sebagai berikut:

$$VaR = -[W_0(R^* - \mu)] \dots\dots\dots (9)$$

Karena nilai R^* pada persamaan di atas belum diketahui, maka nilai tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan Persamaan sebagai berikut:

$$P(R \leq R^*) = \alpha \dots\dots\dots (10)$$

Nilai α adalah nilai peluang dimana tingkat imbal hasil sebuah saham atau tingkat imbal hasil sebuah portofolio berada di bawah atau kurang dari sebuah nilai kritis R^* . Oleh karena itu, jika di dalam metode *Variance-Covariance* data tingkat imbal hasil telah memenuhi syarat berdistribusi normal, maka Persamaan 10 dapat dituliskan dengan persamaan distribusi probabilitas normal baku menjadi:

$$\begin{aligned} P(R \leq R^*) &= P\left(\frac{R-\mu}{\sigma} \leq \frac{R^*-\mu}{\sigma}\right) \\ &= \Phi\left(\frac{R^*-\mu}{\sigma}\right) \\ &= \Phi(z) \dots\dots\dots (11) \end{aligned}$$

Dengan mensubsitusikan Persamaan 11 ke dalam Persamaan 10 akan didapatkan hasil sebagai berikut:

$$\Phi(z) = \alpha \dots\dots\dots (12)$$

Sekarang jika dinotasikan z_α adalah nilai persentil ke- α dari distribusi normal standar, maka peluang nilai z_α adalah sebesar α . Oleh karena itu, Persamaan 12 dapat dituliskan lagi sebagai:

$$\Phi(z_\alpha) = \alpha$$

Dengan melihat kembali Persamaan 11, maka nilai z_α adalah:

$$z_\alpha = \frac{R^* - \mu}{\sigma} \dots\dots\dots (13)$$

Berdasarkan Persamaan 13 di atas, maka besarnya nilai R^* adalah:

$$\begin{aligned} z_\alpha &= \frac{R^* - \mu}{\sigma} \\ \sigma z_\alpha &= R^* - \mu \\ \sigma z_\alpha + \mu &= R^* \\ R^* &= \sigma z_\alpha + \mu \dots\dots\dots (14) \end{aligned}$$

(Bain dan Engelhardt, 1991). Kemudian dengan mensubsitusikan Persamaan 14 ke dalam Persamaan 9, maka akan diperoleh rumus perhitungan *Value at Risk* pada tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} VaR(1 - \alpha) &= -[W_0(\sigma z_\alpha + \mu - \mu)] \\ &= -[W_0 \sigma z_\alpha] \\ &= -W_0 \sigma z_\alpha \dots\dots\dots (15) \end{aligned}$$

karena faktor waktu juga mempengaruhi dalam perhitungan VaR, berdasarkan Persamaan 9, maka rumus perhitungan VaR *Variance-Covariance* selama T satuan waktu pada tingkat konfidensi $(1-\alpha)$ adalah:

$$VaR(1 - \alpha, T) = -W_0 \sigma z_\alpha \sqrt{T} \dots\dots\dots (16)$$

Tahapan analisa data pada penelitian ini terbagi ke dalam lima tahap. Pertama adalah mengelompokkan perusahaan-perusahaan yang berasal dari industri sejenis. Kedua adalah membuat matrik varian-kovarian tingkat imbal hasil bagi setiap portofolio yang akan dibuat. Ketiga adalah menentukan bobot dana untuk setiap saham di dalam portofolio yang meminimumkan risiko portofolio dengan menggunakan metode *Mean-Variance Efficient Portfolio*. Keempat adalah menghitung nilai Value at Risk sebagai estimasi risiko portofolio untuk setiap industri menggunakan metode *Variance-Covariance*. Kelima adalah melakukan perbandingan antara nilai estimasi risiko yang telah dihitung dari setia portofolio yang telah dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengumuman BEI No. Peng-00182/BEI.POP/06-2020 mengenai evaluasi mayor Indeks PEFINDO i-Grade dan Press Release PEFINDO mengenai Indeks PEFINDO i-Grade untuk periode Juli 2020 – Desember 2020, terdapat 25 perusahaan yang bertahan menjadi konstituen indeks PEFINDO i-Grade sepanjang tahun 2020. Jumlah perusahaan yang diklasifikasikan ke dalam jasa keuangan adalah sebanyak 9 perusahaan sedangkan jumlah perusahaan yang diklasifikasikan sebagai non jasa keuangan adalah sebanyak 16 perusahaan. Adapun daftar perusahaan beserta klasifikasi industrinya seperti yang dituliskan pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1.
Daftar Konstituen PEFINDO i-Grade Tahun 2020

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Industri
1	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk.	Non Jasa Keuangan	Konstruksi
2	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk.	Non Jasa Keuangan	Konstruksi
3	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Non Jasa Keuangan	Kimia
4	TPIA	Chandra Asri Petrochemical Tbk.	Non Jasa Keuangan	Kimia
5	BRPT	Barito Pacific Tbk.	Non Jasa Keuangan	Holding Investasi
6	BMTR	Global Mediacom Tbk.	Non Jasa Keuangan	Holding Investasi
7	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Non Jasa Keuangan	Makanan & Minuman
8	MYOR	Mayora Indah Tbk.	Non Jasa Keuangan	Makanan & Minuman
9	ISAT	Indosat Tbk.	Non Jasa Keuangan	Telekomunikasi
10	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk.	Non Jasa Keuangan	Telekomunikasi
11	MEDC	Medco Energi Internasional Tbk.	Non Jasa Keuangan	Pertambangan
12	ANTM	Aneka Tambang Tbk.	Non Jasa Keuangan	Pertambangan
13	SMRA	Summarecon Agung Tbk.	Non Jasa Keuangan	Properti
14	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.	Non Jasa Keuangan	Properti
15	BBCA	Bank Central Asia Tbk.	Jasa Keuangan	Bank
16	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.	Jasa Keuangan	Bank
17	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	Jasa Keuangan	Bank
18	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.	Jasa Keuangan	Bank
19	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk.	Jasa Keuangan	Bank

20	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk.	Jasa Keuangan	Bank
21	BNII	Bank Maybank Indonesia Tbk.	Jasa Keuangan	Bank
22	BNLI	Bank Permata Tbk.	Jasa Keuangan	Bank
23	PNBN	Bank Pan Indonesia Tbk	Jasa Keuangan	Bank
24	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	Non Jasa Keuangan	Jalan Toll
25	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	Non Jasa Keuangan	Semen

(Sumber: Pengumuman BEI dan Siaran Pers PEFINDO)

Portofolio saham yang akan dibentuk ada sebanyak 7 portofolio saham yang masing-masing berasal dari industri non jasa keuangan, yaitu Konstruksi, Kimia, Holding Investasi, Makanan dan Minuman, Telekomunikasi, Pertambangan, dan Properti. Sementara itu, khusus saham Jasa Marga (Persero) Tbk dan Semen Indonesia (Persero) Tbk tidak dibuat menjadi portofolio karena setiap perusahaan tersebut hanya memiliki satu perusahaan saja dan tidak dapat dibuat portofolio.

Setelah ditetapkan saham-saham pembentuk portofolio bagi masing-masing industri, selanjutnya dibuat matriks varian-kovarian bagi setiap tingkat imbal hasil pasangan saham. Dengan menggunakan rumus pada persamaan 2, diperoleh matriks varian-kovarian untuk setiap industri sebagai berikut:

Tabel 2.
Matriks Varian-Kovarian Portofolio Industri

No	Kode Perusahaan	Portofolio Saham	Matriks Varian-Kovarian
1	ADHI	Konstruksi	$\Sigma_{1,2} = \begin{bmatrix} 0,001839 & 0,001551 \\ 0,001551 & 0,001838 \end{bmatrix}$
2	WSKT		
3	AKRA	Kimia	$\Sigma_{3,4} = \begin{bmatrix} 0,001171 & 0,000144 \\ 0,000144 & 0,000747 \end{bmatrix}$
4	TPIA		
5	BRPT	Holding Investasi	$\Sigma_{5,6} = \begin{bmatrix} 0,002122 & 0,000673 \\ 0,000673 & 0,001715 \end{bmatrix}$
6	BMTR		
7	INDF	Makanan dan Minuman	$\Sigma_{7,8} = \begin{bmatrix} 0,000751 & 0,000406 \\ 0,000406 & 0,000604 \end{bmatrix}$
8	MYOR		
9	ISAT	Telekomunikasi	$\Sigma_{9,10} = \begin{bmatrix} 0,002158 & 0,000661 \\ 0,000661 & 0,000676 \end{bmatrix}$
10	TLKM		
11	MEDC	Pertambangan	$\Sigma_{11,12} = \begin{bmatrix} 0,001739 & 0,000841 \\ 0,000841 & 0,001651 \end{bmatrix}$
12	ANTM		
13	SMRA	Properti	$\Sigma_{13,14} = \begin{bmatrix} 0,001766 & 0,001197 \\ 0,001197 & 0,001541 \end{bmatrix}$
14	BSDE		

Ket: Subscript mengacu pada nomor saham pada tabel daftar konstituen i-Grade

Matriks varian-kovarian tersebut akan digunakan untuk menentukan bobot alokasi dana yang dapat meminimumkan risiko portofolio. Penentuan bobot dilakukan dengan menggunakan rumus pada persamaan 8. Berikut adalah hasil bobot alokasi dana untuk setiap portofolio industri yang dapat meminimumkan risiko portofolio:

Tabel 3.
Matriks Bobot Alokasi Dana

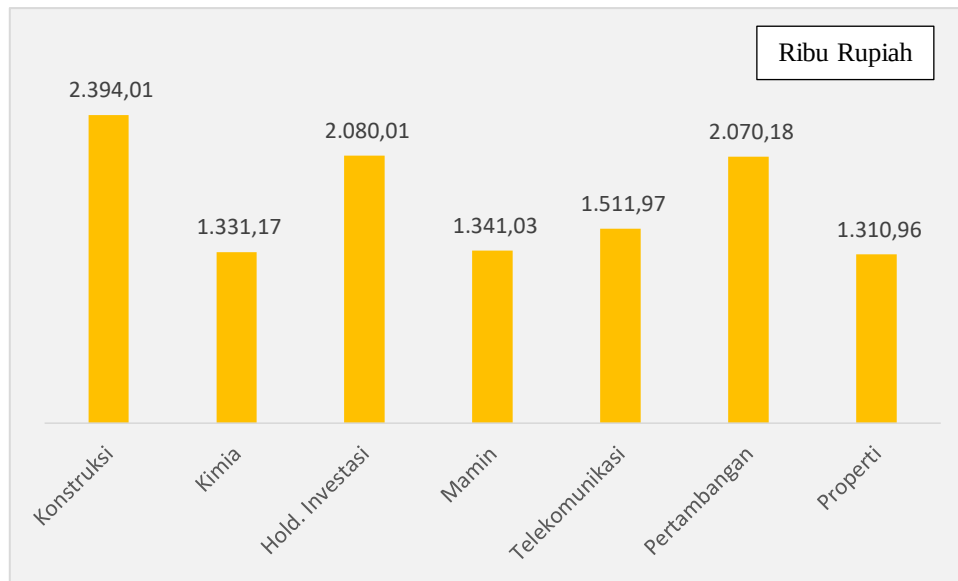
No	Kode Perusahaan	Portofolio Saham	Matriks Alokasi
1	ADHI	Konstruksi	$W = \begin{bmatrix} 0,499109 \\ 0,500891 \end{bmatrix}$
2	WSKT		
3	AKRA	Kimia	$W = \begin{bmatrix} 0,370037 \\ 0,629963 \end{bmatrix}$
4	TPIA		
5	BRPT	Holding Investasi	$W = \begin{bmatrix} 0,418325 \\ 0,581675 \end{bmatrix}$
6	BMTR		
7	INDF	Makanan dan Minuman	$W = \begin{bmatrix} 0,364167 \\ 0,635833 \end{bmatrix}$
8	MYOR		
9	ISAT	Telekomunikasi	$W = \begin{bmatrix} 0,009720 \\ 0,990280 \end{bmatrix}$
10	TLKM		
11	MEDC	Pertambangan	$W = \begin{bmatrix} 0,473997 \\ 0,526003 \end{bmatrix}$
12	ANTM		
13	SMRA	Properti	$W = \begin{bmatrix} 0,376615 \\ 0,623385 \end{bmatrix}$
14	BSDE		

Bobot alokasi dana bagi setiap portofolio industri tersebut selanjutnya akan digunakan untuk menghitung Nilai risiko/standar deviasi. Nilai risiko bagi setiap portofolio dapat dihitung menggunakan rumus pada persamaan 2. Untuk melakukan perhitungan tersebut, digunakan matriks-matriks yang berada pada tabel 2 dan tabel 3 untuk setiap portofolio saham dari masing-masing-masing industri. Adapun nilai risiko bagi setiap portofolio adalah sebagai berikut:

Tabel 4.
Standar Deviasi Portofolio

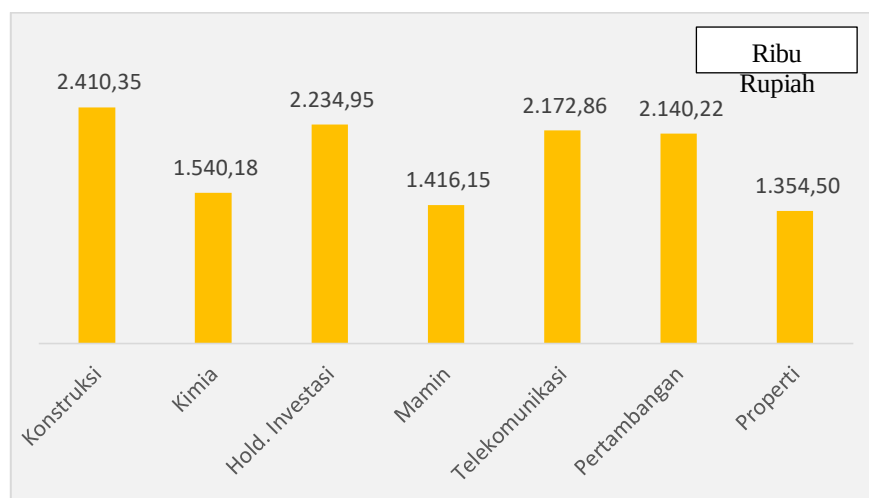
No	Portofolio Saham	Standar Deviasi Portofolio (σ_p)
1	Konstruksi	0,041163
2	Kimia	0,022888
3	Holding Investasi	0,035764
4	Makanan dan Minuman	0,023058
5	Telekomunikasi	0,025997
6	Pertambangan	0,035595
7	Properti	0,037568

Selanjutnya dilakukan perhitungan estimasi risiko bagi masing-masing portofolio. Estimasi risiko portofolio dihitung menggunakan nilai *Value at Risk* (VaR) dengan metode variance-covariance seperti pada persamaan 16. Pada perhitungan estimasi risiko ini, besarnya dana yang akan dialokasikan pada setiap portofolio adalah sebesar Rp 25.000.000 dengan *time horizon* selama 2 hari. Dengan demikian, besarnya estimasi risiko dengan menggunakan nilai *Value at Risk* bagi masing-masing portofolio disajikan pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Nilai *Value at Risk* Portfolio

Nilai-nilai VaR pada gambar 1 tidak terlepas dari pengaruh bobot alokasi dana yang diperoleh dengan menggunakan metode MVEP yang mana hasilnya disajikan seperti pada Tabel 3. Selain menyajikan nilai VaR bagi setiap portofolio industri berdasarkan bobot yang diperoleh dengan metode MVEP, akan dilakukan juga simulasi apabila bobot alokasi dana ditentukan bukan menggunakan metode MVEP. Simulasi pada bagian ini dilakukan dengan mengganti bobot alokasi dana bagi setiap saham di dalam portofolio industri yang diperoleh pada Tabel 3 dengan sembarang bobot, tetapi dengan menjaga nilai variabel-variabel yang lain tetap sama (modal awal, tingkat kepercayaan, dan *time horizon*) seperti pada perhitungan sebelumnya. Jika bobot yang paling kecil dari setiap portofolio industri diganti dengan 0,7 dan bobot yang paling besar diganti dengan 0,3, maka diperoleh hasil simulasi seperti pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Nilai Simulasi *Value at Risk* Portfolio

Interpretasi terhadap angka-angka di dalam matriks bobot alokasi dana pada Tabel 3 dapat dilakukan dengan mengambil contoh pada matriks alokasi dana bagi portofolio saham dari industri Kimia (AKRA & TPIA). Matriks bobot lokasi dana bagi portofolio saham dari industri Kimia (AKRA & TPIA) adalah 0,370037 dan 0,629963. Jika dana yang dimiliki untuk berinvestasi adalah sebesar Rp 15.000.000, maka sebesar Rp 5.550.555 akan dialokasikan pada saham AKRA (37%) dan Rp 9.449.445 (63%) akan dialokasikan pada saham TPIA yang merupakan pengalokasian dana yang dapat meminimumkan risiko portofolio dari saham-saham perusahaan yang berasal dari industri Kimia.

Bobot alokasi dana yang sangat nyata bedanya adalah pada portofolio saham dari industri telekomunikasi. PT Indosat, Tbk memiliki bobot sangat kecil dibandingkan PT Telkom Indonesia, Tbk. Kecilnya bobot bagi saham PT Indosat, Tbk menunjukkan bahwa risiko volatilitas saham tersebut jauh lebih besar daripada volatilitas saham PT Telkom Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan ide dasar dari metode MVEP yang meminimumkan risiko melalui pemberian bobot alokasi dana sekecil mungkin bagi saham-saham yang memiliki volatilitas yang besar.

Berdasarkan Gambar 1, nilai VaR portofolio saham dari industri konstruksi memiliki nilai VaR terbesar dibandingkan dengan VaR portofolio saham dari industri lainnya. Nilai VaR bagi portofolio saham dari industri ini adalah sebesar Rp 2.394.013. Adapun interpretasi dari nilai VaR tersebut adalah apabila investor berinvestasi sebesar Rp 25.000.000 pada portofolio saham dari industri konstruksi dengan bobot pengalokasian dana menggunakan matriks pada tabel 3, maka dengan tingkat kepercayaan 95%, kerugian investasi yang mungkin diperoleh jika memegang portofolio tersebut selama 2 hari tidak akan melebihi sebesar Rp 2.394.013. Sementara itu, nilai VaR terkecil dimiliki oleh portofolio saham dari industri properti. Besarnya nilai VaR portofolio saham dari industri ini adalah sebesar Rp 1.310.956 atau dengan kata lain jika investor berinvestasi sebesar Rp 25.000.000 pada portofolio saham dari industri ini, maka dengan tingkat kepercayaan 95%, kerugian investasi yang mungkin diperoleh jika memegang portofolio tersebut selama 2 hari tidak akan melebihi sebesar Rp 1.310.956.

Sementara itu, berdasarkan hasil simulasi yang terdapat pada Gambar 2, terlihat bahwa nilai VaR portofolio hasil simulasi menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai VaR portofolio dengan bobot alokasi yang ditentukan dengan metode MVEP. Berdasarkan hal ini diperoleh informasi bahwa pemberian bobot yang cukup besar bagi saham dengan volatilitas yang tinggi akan berdampak pada naiknya nilai VaR portofolio. Hal ini terlihat pada seluruh portofolio saham dan salah satunya adalah pada portofolio saham industri

telekomunikasi. Pada pembobotan dengan metode MVEP, saham ISAT diberikan bobot yang lebih kecil (0,009720) dibandingkan dengan bobot saham TLKM (0,990280). Hal ini disebabkan oleh volatilitas saham ISAT yang tercermin dari nilai ragam tingkat imbal hasil pada matriks varian-kovarian memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan ragam tingkat imbal hasil TLKM. Dengan pembobotan menggunakan MVEP, diperoleh nilai VaR bagi portofolio saham industri telekomunikasi memiliki nilai VaR sebesar Rp 1.511.965,91. Sementara itu, pada hasil simulasi, yaitu dengan saham ISAT diberikan bobot 0,7 dan saham TLKM diberikan bobot 0,3 tetapi dengan variabel-variabel yang lain tetap sama (modal awal, tingkat kepercayaan, dan *time horizon*), diperoleh nilai VaR bagi portofolio saham telekomunikasi adalah sebesar Rp 2.172.856,41.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa bobot alokasi dana dengan metode MVEP dipengaruhi oleh besarnya volatilitas tingkat imbal hasil dari saham-saham di dalam portofolio. Penentuan bobot alokasi dana dengan metode MVEP bertujuan untuk meminimumkan risiko dari portofolio saham yang tercermin dari nilai VaR portofolio. Saham-saham dengan volatilitas yang besar akan memperoleh bobot alokasi yang lebih kecil dibandingkan dengan saham-saham dengan volatilitas yang rendah. Jika saham-saham dengan volatilitas tinggi diberikan bobot alokasi dana yang besar, akan berdampak pada meningkatnya nilai VaR dari portofolio saham. Selain itu, berdasarkan perhitungan VaR, portofolio saham dari industri konstruksi memiliki nilai VaR yang relatif besar dibandingkan dengan portofolio saham dari industri-industri yang lainnya. Dengan demikian, dalam membuat portofolio saham berdasarkan suatu industri, sebaiknya dipilih saham-saham yang memiliki volatilitas yang rendah. Volatilitas yang rendah ini diharapkan dapat membuat portofolio saham yang dibuat memiliki risiko sekecil mungkin. Selain itu, pemilihan industri juga harus memperhatikan kondisi perekonomian terkini, mengingat dampak dari kondisi perekonomian juga berkontribusi terhadap risiko dari suatu portofolio saham berdasarkan suatu industri.

REFERENSI

1. Bain, L. J., dan Engelhardt, M., 1991. *Introduction To Probability And Mathematical Statistics*. Second Edition. Wadsworth Publishing Company: California.
2. Darmadji, T., dan Fakhruddin, H.M., 2001. *Pasar Modal di Indonesia: Pendekatan Tanya Jawab*. Salemba Empat: Jakarta.
3. Elton, E. J. *et.al.*, 2003. *Modern Portfolio Theory And Investment Analysis*. Sixth Edition. John Wiley & Sons, Inc: New York.
4. Hartono, J., 2013. *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi. Edisi Ketujuh*. BPFE-Yogyakarta: Yogyakarta.
5. Maruddani, D.I.A, dan Purbowati, A. 2009. Pengukuran Value at Risk pada Aset Tunggal dan Portofolio dengan Simulasi Monte Carlo. *Jurnal Media Statistika*. Vol. 2 (2): 93-104. Undip: Semarang.
6. Pengumuman BEI. No. Peng-00182/BEI.POP/06-2020.
7. Prigent, J.L., 2007. *Portfolio Optimization And Performance Analysis*. Chapman & Hall: New York.
8. Searle, S.R., 1982. *Matrix Algebra Useful for Statistics*. John Wiley & Sons: New York.

Pengaruh Strategi Marketing Mix dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Alfamart di Gandaria Jakarta Selatan

Fery Hernaningsih

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author: feryherna@gmail.com

Received : 26 Juni 2021

Accepted : 28 September 2021

Published: 30 September 2021

DOI: <https://doi.org/10.3701/ileka.v2i2.594>

ABSTRAK

Strategi Marketing Mix merupakan kunci keberhasilan penyampaian produk kepada konsumen atau calon konsumennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek terhadap loyalitas pelanggan, baik secara simultan maupun parsial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey teknik korelasional. Analisis data yang digunakan adalah korelasi sederhana, korelasi parsial, korelasi ganda, regresi sederhana dan regresi ganda. Hasil uji hipotesis menyimpulkan: (a) terdapat hubungan positif antara X_1 dengan Y sebesar $(r_{y_1}) = 0,5223$; persamaan regresi $\hat{Y} = 38,72 + 0,63X_1$; kontribusi X_1 terhadap Y sebesar 27,28%, (b) terdapat hubungan positif antara X_2 dengan Y sebesar $(r_{y_2}) = 0,4471$; persamaan regresi $\hat{Y} = 53,84 + 0,47X_2$; kontribusi X_2 terhadap Y sebesar 19,99%, (c) terdapat hubungan positif antara X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y sebesar 0,5730; persamaan regresi $\hat{Y} = 25,85 + 0,481X_1 + 0,275X_2$; kontribusi X_1 dan X_2 terhadap Y sebesar 32,83%, artinya bahwa 32,83% variabel bauran pemasaran dan citra merek memberi sumbangan (kontribusi) terhadap loyalitas pelanggan, sedang sisanya 67,17 % dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan digital marketing pesan yang disampaikan cepat sehingga menimbulkan pembelian berulang dan menambah konsumen baru. (2) Memiliki identitas pembeda dan karakter yang unik untuk menunjukkan konsistensi perusahaan. (3) Meneruskan konsistensi perusahaan dengan cara mempertahankan kualitas produk, mempertahankan karakter brand, mempertahankan hubungan baik dengan konsumen dan berbagai aspek lainnya.

Kata Kunci: Strategi Marketing Mix, Brand Image dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The Marketing Mix strategy is the key to the success of product delivery to consumers or potential customers. The purpose of this study was to determine the effect of Marketing Mix and Brand Image on customer loyalty, either simultaneously or partially. The method used in this study is a survey method with correlational techniques. Data analysis used is simple correlation, partial correlation, multiple correlation, simple regression and multiple regression. The results of hypothesis testing conclude: (a) there is a positive relationship between X_1 and Y of $(r_{y_1}) = 0.5223$; regression equation = $38.72 + 0.63X_1$; the contribution of X_1 to Y is 27.28%, (b) there is a positive relationship between X_2 and Y of $(r_{y_2}) = 0.4471$; regression equation = $53.84 + 0.47X_2$; the contribution of X_2 to Y is 19.99%, (c) there is a positive relationship between X_1 and X_2 simultaneously to Y of 0.5730; regression equation = $25.85 + 0.481X_1 + 0.275X_2$; the contribution of X_1 and X_2 to Y is 32.83%, meaning that 32.83% of the marketing mix and brand image variables contribute (contribution) to customer loyalty, while the remaining 67.17% is influenced by other variables. With digital marketing, messages are delivered quickly, causing repeat purchases and adding new consumers. (2) Having a distinguishing identity and unique character to show the company's consistency. (3) Continuing the company's consistency by maintaining product quality, maintaining brand character, maintaining good relations with consumers and various other aspects.

Keywords: Marketing Mix Strategy, Brand Image and Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Online shop sedang menjamur dimana-mana sekarang ini, tetapi kita dapat melihat retailer seperti Alfamart dapat tetap bertahan sebagai pemain lama di industri ini. Kemunculan minimarket dalam beberapa tahun terakhir semakin pesat ditengah kehidupan masyarakat yang semakin modern. Outlet Alfamart kian menjamur hingga ke berbagai pelosok desa di seluruh Indonesia. Gerai-gerai Alfamart biasanya terletak pada wilayah yang strategi dengan mobilitas yang tinggi. Di beberapa kota di Indonesia, masyarakat seringkali melihat pemandangan outlet Alfamart dan kompetitornya berdiri besebelahan atau berhadapan. Dengan strategi bisnis yang tak jauh berbeda dengan kompetitornya, Alfamart semakin giat bersaing tak hanya dalam harga tapi juga dalam peningkatan jumlah outlet. Alfamart berusaha menjangkau konsumen sampai level yang terdekat yaitu perumahan atau jalan-jalan raya sekalipun sehingga ketika konsumen membutuhkan produk yang diinginkan, Alfamart sebagai retailer berhasil untuk menyediakannya. Alfamart menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat, seperti makanan, kebutuhan rumah tangga hingga parfum dengan harga bersaing. Sistem waralaba yang diterapkan metodenya fleksibel, untuk daerah yang besar pertama-tama akan dibagi dua wilayahnya, misalnya berdasarkan kecamatan dan kabupaten. Kemudian pada kecamatan tersebut akan dibuka dua sampai tiga gerai, apabila memiliki perkembangan yang bagus maka akan dibuka kesempatan untuk membuka gerai yang baru di daerah tersebut. Metode yang relatif fleksibel ini membuat banyak orang tergiur untuk bergabung dengan usaha waralaba mereka, tidak heran gerai mereka terus bertambah banyak. Dengan hadirnya retailer besar seperti Alfamart, maka pabrik dapat dengan mudah mencapai tangan konsumen tanpa harus melewati jalur grosir terlebih dahulu. Ini membuat biaya distribusi semakin murah dan ini pulalah yang menyebabkan harga produk pada retailer besar seperti Alfamart dapat lebih murah dari pada toko konvensional biasa. Ditambah lagi dengan fasilitas pelayanan yang cepat dan tempat yang nyaman (tempat bersih dengan penerangan yang baik) membuat konsumen semakin betah untuk berbelanja di Alfamart.

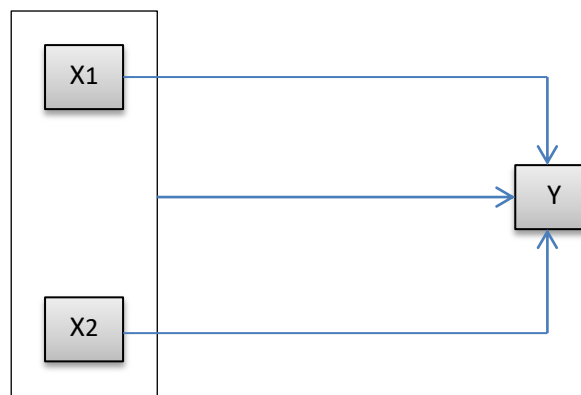
Bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek (Tjiptono, 2014 : 41). Bauran pemasaran adalah perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Lupioadi, 2016 : 92)

Dalam menghadapi persaingan dari harga, tempat, pelayanan, distribusi dan ketersediaan barang Alfamart melakukan strategi marketing mix untuk meningkatkan loyalitas pelanggan minimarket Alfamart.

Citra Merek adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti, (Kotler dan Keller, 2009 : 260). Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli, (Gremler dan Brown dalam Ali Hasan yang dikutip oleh Nanda, 2015). Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Alfamart membangun brand awareness dan brand image dengan meluncurkan Tabloidku sebagai salah satu media yang dapat mereka gunakan untuk berhubungan dengan pelanggan dan menambah loyalitas pelanggan. Cara mendapatkan majalah ini adalah dengan berbelanja minimal Rp. 50.000 dengan menggunakan kartu Ponta di Alfamart. Target pasar dari tabloid ini adalah ibu rumah tangga sehingga konten-konten yang disajikan adalah konten-konten yang berhubungan dengan perempuan seperti parenting, kuliner dan mode.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik korelasional. Adapun konstelasi masalahnya sebagai berikut:



Gambar

Metode Survei Teknik Korelasional

Keterangan:

X1: Marketing Mix

X2: Brand Image

Y : Loyalitas Pelanggan

Populasi diartikan sebagai sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi obyek penelitian. Elemen populasi ini biasanya merupakan satuan analisis. Populasi merupakan himpunan semua hal yang ingin diketahui. Dapat berupa kumpulan semua kota, semua wanita, semua

perusahaan (Sugiono 2002:90). Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah para pembeli Minimarket Alfamart Gandaria Jakarta Selatan sebanyak 110 orang yang berhasil dihimpun sejak bulan Januari 2021 sampai Februari 2021. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada 110 orang pembeli Minimarket Alfamart Gandaria Jakarta Selatan yang terpilih sebagai sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hubungan antara Strategi Marketing Mix dengan Loyalitas Pelanggan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini berbunyi terdapat hubungan positif antara Strategi Marketing Mix (X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y). Dari perhitungan analisis regresi sederhana terhadap variabel Marketing Mix (X_1) dengan variabel Loyalitas Pelanggan (Y) diperoleh nilai konstanta $a = 38,72$ dan koefisien $b = 0,63$, sehingga persamaan regresinya adalah $\hat{Y} = 38,72 + 0,63X_1$. Guna mengetahui keberartian dan linearitasnya maka dilakukan uji berartian dan linearitas dengan menggunakan ANAVA seperti disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.
ANAVA Uji Signifikansi dan Linieritas Regresi
Persamaan Regresi $\hat{Y} = 38,72 + 0,63X_1$

Sumber Varians	Dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{table}	
					0,05	0,01
Total	110	1107681				
Regresi (a)	1	1079496,45				
Regresi (b/a)	1	7753,914	7753,914	40,99**	3,92	6,84
Residu	108	20430,636	189,18			
Tuna Cocok	36	4312,536	119,79			
Galat	72	16118,100	223,86	0,54 ^{ns}	1,56	1,90

Sumber: hasil olah data.

Keterangan :

** = Regresi Sangat Signifikan. $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$.

ns = Regresi berbentuk linier $F_{hitung} < F_{tabel}$

dk = Derajat Kebebasan

JK = Jumlah Kuadrat

RJK = Rata-Rata Jumlah Kuadrat

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi dan linieritas pada tabel ANAVA di atas, dapat

disimpulkan regresi $\hat{Y} = 38,72 + 0,63X_1$, dengan $F_{hitung} = 40,99 > F_{tabel} = 3,92$ pada $\alpha = 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persamaan regresi sangat signifikan. Dan $F_{hitung} = 0,54 < F_{tabel} = 1,56$ pada taraf 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi X_1 atas Y adalah Regresi Linier.

Tingkat keeratan hubungan antara Strategi Marketing Mix (X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) ditunjukkan oleh Koefisien Korelasi (r_{y1}) sebesar 0,5223. Berdasarkan uji signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t diperoleh harga $t_{hitung} = 7,46 > t_{tabel} (0,975;108) = 1,98$, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi signifikan.

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi antara Strategi Marketing Mix (X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) dan hasil yang diperoleh yaitu $(r_{y1})^2 = 0,5223^2 = 0,2728$ berarti bahwa sebesar 27,28 % variabel Strategi Marketing Mix memberikan kontribusi pada peningkatan Loyalitas Pelanggan (Y) yang dijelaskan oleh variabel Strategi Marketing Mix (X_1) melalui regresi $\hat{Y} = 38,72 + 0,63X_1$.

Hubungan antara Brand Image dengan Loyalitas Pelanggan

Hipotesis kedua dalam penelitian ini berbunyi terdapat hubungan yang positif antara Brand Image (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y). Penghitungan analisis regresi dan korelasi sederhana terhadap dua variabel Brand Image atas Loyalitas Pelanggan menghasilkan arah regresi b sebesar 0,47 dan konstanta a sebesar 53,84. Dengan demikian bentuk hubungan antara kedua variabel tersebut dapat digambarkan oleh persamaan regresi $\hat{Y} = 53,84 + 0,47X_2$. Sebelum digunakan untuk keperluan prediksi, persamaan regresi ini harus memenuhi syarat uji signifikansi dan uji kelinearan.

Selanjutnya untuk mengetahui derajat signifikansi dan kelinearan persamaan regresi, dilakukan Uji F dan hasilnya seperti disajikan pada Tabel berikut ini :

Tabel 2.
ANAVA Uji Signifikansi dan Linieritas Regresi
Persamaan Regresi $\hat{Y} = 53,84 + 0,47X_2$

Sumber Varians	Dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}	
					0,05	0,01
Total	110	1107681				
Regresi (a)	1	1079496,45				
Regresi (b/a)	1	5694,15	5694,15	27,34**	3,92	6,84
Residu	108	22490,40	208,24			
Tuna Cocok	43	11219,82	260,93			
Galat	65	11270,58	173,39	1,50 ^{ns}	1,56	1,90

Sumber: hasil olah data.

Keterangan :

** = Regresi Signifikan. $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$.

ns = Regresi berbentuk linier $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

dk = derajat Kebebasan

JK = Jumlah Kuadrat

RJK = Rata-Rata Jumlah Kuadrat

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi dan linieritas pada tabel di atas, dapat disimpulkan regresi $\hat{Y} = 53,84 + 0,47X_2$, dengan $F_{hitung} = 27,34 > F_{tabel} = 3,92$ pada $\alpha = 0,05$ dan $F_{hitung} = 1,50 < F_{tabel} = 1,56$ pada $\alpha = 0,05$ adalah signifikan dan linier.

Tingkat keeratan hubungan antara Brand Image (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) ditunjukkan oleh koefisien korelasi (r_{y_2}) sebesar 0,4471. Berdasarkan uji signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t diperoleh harga t_{hitung} sebesar 5,19. Harga $t_{tabel(0,975;108)} = 1,98$. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga koefisien korelasi signifikan

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi antara Brand Image (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) dan hasil yang diperoleh yaitu $(r_{y_2})^2 = 0,4471^2 = 0,1999$. Hal ini berarti sebesar 19,99% Variabel Brand Image memberikan kontribusinya terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan.

Hubungan antara Marketing Mix (X_1) dan Brand Image (X_2) Secara Bersama-Sama dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Marketing Mix dan Brand Image secara bersama-sama dengan Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda diperoleh nilai konstanta $a_0 = 25,85$, $a_1 = 0,481$, dan $a_2 = 0,275$. Dengan demikian model persamaan regresi gandanya $\hat{Y} = 25,85 + 0,481X_1 + 0,275X_2$. Guna mengetahui keberartiannya maka dilakukan uji keberartian dengan menggunakan analisis varians seperti pada tabel berikut:

Tabel 3.
Tabel 2 ANAVA Untuk Uji Keberartian Regresi Linier Ganda
 $\hat{Y} = 25,85 + 0,4817X_1 + 0,275X_2$

Sumber Varians	Dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}	
					0.05	0.01
Total	110	1107681				
Regresi	2	9251,74	4625,87	26,14**	3.07	4.78
Residu	108	18932,81	176,94			

Sumber: hasil olah data.

Keterangan :

** = Regresi Sangat Signifikan $F_{hitung} = 26,14 > F_{tabel} = 3,07$ pada $\alpha = 0,05$

dk = Derajat Kebebasan

JK = Jumlah Kuadrat

RJK = Rata-Rata Jumlah Kuadrat

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi dan linieritas ganda sebagaimana dicantumkan dalam tabel tersebut di atas, diperoleh data $F_{hitung} = 26,14 > F_{tabel} = 3,07$ pada $\alpha = 0,05$ dengan dk = 108, maka dapat disimpulkan regresi linear $\hat{Y} = 25,85 + 0,481X_1 + 0,275X_2$, adalah sangat signifikan. Persamaan regresi ini mengandung arti bahwa terdapat hubungan positif antara Strategi Marketing Mix (X_1) dan Brand Image (X_2) secara bersama-sama dengan Loyalitas Pelanggan (Y).

Korelasi ganda antara variabel Strategi Marketing Mix (X_1) dan Brand Image (X_2) secara bersama-sama dengan Loyalitas Pelanggan (Y) diperoleh harga koefisien korelasi sebesar $R_{y.12} = 0,5730$. Dari hasil perhitungan uji signifikansi korelasi ganda antara Variabel X_1 dan X_2 , secara bersama-sama dengan Y diperoleh $t_{hitung} = 71,63 > t_{tabel} = 3,07$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa koefisien korelasi ganda antara Strategi Marketing Mix (X_1) dan Brand Image (X_2) secara bersama-sama dengan Loyalitas Pelanggan (Y) sangat signifikan, dengan $r_{y.123} = 0,5730$.

Besarnya koefisien determinasi adalah $(r_{y.12})^2 = (0,5730)^2 = 0,3283$, ini menunjukkan bahwa 32,83% variabel Strategi Marketing Mix (X_1) dan Brand Image (X_2) secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan (Y) melalui persamaan regresi $\hat{Y} = 25,85 + 0,481X_1 + 0,275X_2$.

Pembahasan

Hubungan Strategi Marketing Mix (X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

Pada pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara Strategi Marketing Mix dengan Loyalitas Pelanggan artinya Strategi Marketing Mix yaitu tempat yang dekat dengan tempat tinggal, harga yang murah dibandingkan dengan minimarket kompetitornya, promo-promo yang menarik, produk yang tersedia memenuhi kebutuhan konsumen, pelayanan yang cepat dan ramah. Strategi marketing mix tersebut meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menilik dari hasil analisis hipotesis di atas, membuktikan bahwa minimarket Alfamart berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumennya sebagai berikut: (1) kebutuhan masyarakat akan produk-produk tertentu, (2) kebutuhan masyarakat akan tempat berbelanja yang dekat dengan tempat tinggal (aksesibilitas tinggi) dan nyaman, (3) kebutuhan masyarakat akan pelayanan yang cepat dan ramah, (4) kebutuhan masyarakat untuk berbelanja dengan berbagai bentuk pembayaran. Alfamart menjalankan bauran pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumennya yaitu place atau dapat juga disebut sebagai strategi distribusi. Strategi distribusi yang dimaksudkan disini adalah berusaha menciptakan jalur (channel) agar produk dapat mengalir dari produsen ke konsumen. Strategi distribusi ini juga dapat berarti berusaha membuat produk tersedia setiap kali konsumen menginginkannya, dimana saja dan kapan saja. Alfamart berusaha menjangkau konsumen sampai level yang terdekat yaitu perumahan atau jalan-jalan raya sekalipun sehingga ketika konsumen membutuhkan produk yang diinginkan, Alfamart sebagai retailer berhasil untuk menyediakannya.

Hubungan antara Brand Image (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

Pada pengujian yang kedua menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Brand Image (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y), artinya Brand Image minimarket Alfamart memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dibutuhkan ada dan harganya murah. Dengan keyakinan tersebut konsumen akan kembali membeli produk yang dibutuhkan dan menjadi loyalitas pelanggan minimarket Alfamart.

Berdasarkan hasil analisis hipotesis di atas, membuktikan bahwa penghargaan minimarket terpopuler pada Top Brand Award 2014 merupakan upaya minimarket Alfamart dalam meningkatkan brand image. Top Brand Award merupakan anugerah tertinggi bagi sebuah merek yang diberikan Majalah Marketing berdasarkan hasil riset nasional oleh Frontier Consulting Group di lima kota besar (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya dan Medan).

Hubungan antara Strategi Marketing Mix (X_1) dan Brand Image (X_2), secara bersama-sama dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

Pada pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara Strategi Marketing Mix (X_1) dan Brand Image (X_2) secara bersama-sama dengan Loyalitas Pelanggan (Y) artinya Strategi Marketing Mix dan Brand Image merupakan faktor penting dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis hipotesis penelitian di atas, maka dapat dipahami bahwa dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan diperlukan Strategi Marketing Mix dengan menekankan pada place atau strategi distribusi dan Brand Image yang memberikan keyakinan kepada konsumen untuk melakukan pembelian berulang kali dan menjadi loyalitas pelanggan minimarket Alfamart

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pengujian hipotesis pertama bahwa terdapat hubungan antara Strategi Marketing Mix dengan Loyalitas Pelanggan, diperoleh koefisien korelasi (r_{y_1}) sebesar 0,5223 dan koefisien determinasi (R^2) = 0,2728. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Strategi Marketing Mix dengan Loyalitas Pelanggan rendah, yang dapat dibuktikan bahwa Strategi Marketing Mix hanya memberikan sumbangan sebesar 27,28% terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan. Pengujian hipotesis kedua bahwa terdapat hubungan antara Brand Image dengan Loyalitas Pelanggan, diperoleh koefisien korelasi (r_{y_2}) sebesar 0,4471 dan koefisien determinasi (R^2) = 0,1999. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Brand Image dengan Loyalitas Pelanggan rendah, yang dapat dibuktikan bahwa Brand Image hanya memberikan sumbangan sebesar 19,99% terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan. Pengujian hipotesis ketiga bahwa terdapat hubungan antara Strategi Marketing Mix dan Brand Image secara bersama-sama dengan Loyalitas Pelanggan, diperoleh koefisien korelasi ($r_{y_{12}}$) sebesar 0,5730 dan koefisien determinasi (R^2) = 0,3283. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Strategi Marketing Mix dan Brand Image secara bersama-sama dengan Loyalitas Pelanggan rendah yang dapat dibuktikan bahwa Strategi Marketing Mix dan Brand Image hanya memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan hanya sebesar 32,83%.

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka saran hasil penelitian ini sebagai berikut:

Untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan diperlukan peningkatan Strategi Marketing Mix yaitu digital marketing. Dengan digital marketing pesan yang disampaikan cepat sehingga menimbulkan pembelian berulang dan menambah konsumen baru. Untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan diperlukan peningkatan Brand Image dengan memiliki identitas

pembeda dan karakter yang unik dan mempertahankan karakter yang melekat pada minimarket Alfamart untuk menunjukkan konsistensi perusahaan. Meneruskan konsistensi perusahaan dengan cara mempertahankan kualitas produk, mempertahankan karakter brand, mempertahankan hubungan baik dengan konsumen dan berbagai aspek lainnya.

REFERENSI

1. Fandy Tjiptono, 2014; *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta, hlm. 41.
2. Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009; *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, hlm 260.
3. Lupiyoadi. 2016; *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Tiga, Salemba Empat, Jakarta, hlm. 92.
4. Nanda, Cendy, 2015; *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalita Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Winstar Partical Product di Menganti – Gresik)*, Gresik.
5. Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV Alfabeta, hlm. 90

Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang

Yurika Suryaningrat¹⁾, Sutrisno²⁾, *Susiana Dewi Ratih³⁾

^{1),2),3)}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author : susiana64@gmail.com

Received : 1 November 2021 Accepted : 8 November 2021 Published: 14 November 2021

Doi : <https://doi.org/10.3701/ileka.v2i2.734>

ABSTRAK

Air minum secara langsung berkaitan dengan tubuh manusia, yang harus selalu terjaga kualitasnya agar tidak membahayakan tubuh manusia. Salah satu pemenuhan kebutuhan air minum yang menjadi alternatif saat ini yaitu dengan menggunakan air minum isi ulang, yang dilayani oleh usaha depo isi ulang. Sebagai sebuah unit usaha, depo isi ulang juga harus mempunyai keunggulan bersaing dari sisi kualitas produk, penetapan harga serta pemasaran yang profesional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, dan penetapan harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada pengguna depot air minum isi ulang Top Water. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan skala likert. Sampel sebanyak 95 responden., Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil uji diperoleh variabel kualitas produk dan penetapan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan. Secara bersama sama kedua variabel berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) 0,643, berarti 64% kepuasan konsumen pada produk depot air minum isi ulang top water benar benar di pengaruhi oleh variabel independen yaitu (kualitas produk dan penetapan harga) sedangkan sisanya sebesar 36% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Diharapkan dengan tetap mempertahankan kualitas produk dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan tetap terjaga. Penelitian lebih lanjut disarankan menggunakan variabel lain seperti promosi, penentuan lokasi dan distribusi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Penetapan Harga, Kepuasan Konsumen, Air Isi Ulang

Abstract

Air is directly related to the human body, which must always maintain quality so as not to harm the human body. One of the alternative drinking water needs at this time is by using refilled drinking water, which is served by refill depot businesses. As a business unit, refill depots must also have competitive advantages from product quality, pricing and professional marketing. The purpose of this study was to determine whether product quality, and pricing affect consumer satisfaction for users of Top Water refill drinking water depots. The method used is quantitative with a descriptive approach using a Likert scale. The sample is 95 respondents. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. Results Based on the test, the variable quality of product and pricing partially affects satisfaction. Taken together, the two variables have a positive and significant effect on consumer satisfaction. The test results of the coefficient of determination (R^2) 0.643, meaning that 64% of consumer satisfaction on water depot products filled with water is really influenced by the independent variable (product quality and pricing) while the remaining 36% is influenced by other variables that do not exist. in this research. It is hoped that by maintaining product quality and prices in accordance with consumer expectations, customer satisfaction will be maintained. Further research is suggested to use other variables such as promotion, location and distribution.

Keywords: Product Quality, Pricing, Consumer Satisfaction, Refill Water

PENDAHULUAN

Air merupakan salah satu sumber daya alam yang penting bagi kehidupan. Air adalah komponen lingkungan hidup yang sangat dibutuhkan bagi kelangsungan hidup manusia dan makhluk lainnya. Secara medis tubuh manusia 75% terdiri dari air. Hal ini berarti air menjadi unsur yang sangat penting bagi tubuh. (Lalage, 2019). Air minum adalah air yang digunakan untuk konsumsi manusia. Menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia, syarat-syarat air minum antara lain tidak berasa, tidak berbau, tidak berwarna, tidak mengandung logam-logam berat dan senyawa-senyawa kimia yang sangat beresiko terhadap kesehatan (Emilia, 2019 diunduh 14 November 2021). Air dan kesehatan merupakan dua hal yang saling berhubungan. Kualitas air yang dikonsumsi oleh konsumen harus memiliki kualitas sesuai persyaratan air minum yang sudah ditetapkan di atas.

Seiring dengan teknologi yang makin maju, masyarakat cenderung memilih cara yang lebih praktis dan bisa memilih alternatif dalam memenuhi kebutuhan air minum. Salah satunya menggunakan air minum isi ulang. Air minum isi ulang yang memenuhi standar kualitas yang dipersyaratkan Kementerian Kesehatan, serta harga yang terjangkau menjadi kebutuhan konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka keberadaan depot air minum isi ulang

terus meningkat sejalan dengan dinamika keperluan masyarakat terhadap air minum yang bermutu dan aman untuk dikonsumsi.

Sebagai sebuah usaha, depot air minum harus disukai dan dipercaya oleh konsumen. Tantangan bagi perusahaan saat ini yaitu mempertahankan dan memperbanyak jumlah konsumen maupun memperluas pasarannya. Dalam memperluas pasar dibutuhkan kualitas. Dalam menarik minat konsumen baru perusahaan senantiasa mempertimbangkan kualitas agar dapat meningkatkan penjualan dan pendapatannya. Kualitas suatu produk sangat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Produk harus dapat bertahan dan bersaing dalam pasar karena kepuasan konsumen memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan.

Hasil penelitian (Agustina, dkk, 2019, diunduh 14 november 2021) memperlihatkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2015:224) menyatakan bahwa kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Kualitas Produk adalah seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk), dan pemeliharaan yang membuat produk untuk digunakan memenuhi harapan pelanggan.

Perusahaan tidak hanya memaksimalkan kepuasan konsumen saja, tetapi perusahaan harus berusaha mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen. Dalam mewujudkan tujuan memberikan kepuasan itu, perusahaan harus mempelajari terlebih dahulu tentang apa yang di beli, bagaimana kebiasaannya, dalam kondisi macam apa barang dan jasa dibeli oleh konsumen, siapa yang akan dilayani, berapa yang dibutuhkan konsumen serta mengapa konsumen memilih produk tertentu. Salah satu alasan mengapa konsumen memilih produk air isi ulang adalah penetapan harga berdasarkan kualitasnya. Penetapan Harga adalah keputusan mengenai harga yang akan di ikuti dalam jangka waktu tertentu (Alma 2013 : 120). Harga berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Harga dipersepsikan konsumen melalui tingkat kewajaran, kesesuaian, keterjangkauan dan daya saing harga. Harga dapat dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai dimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa.(Kotler dan Armstrong, 2012:151).

Kepuasan Konsumen adalah perasaan atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler 2014 : 150).

Depot air minum isi ulang Top Water milik Bapak Triyono. depot air isi ulang top water memiliki 5 cabang yang salah satunya terletak di Jl Raya Kp Sawah wilayah Pabuaran,Bekasi. Top Water yang berada di Pabuaran Bekasi ini sudah berjalan selama 7 tahun serta memiliki 5 karyawan, Tabel 1. memperlihatkan jumlah penjualan air mineral dalam satuan galon yang menggunakan produk air minum isi ulang Top Water pada Januari – Desember 2019 yaitu sebagai berikut (Suryaningrat, 2019:5)

Tabel 1. Penjualan Penjualan Air Galon Depot Air Minum Isi Ulang Top Water di wilayah Pabuaran, Bekasi, 2019

NO	BULAN	JUMLAH PENJUALAN AIR MINUM ISI
		ULANG (Galon)
1	Januari	4.320
2	Febuari	4.530
3	Maret	4.800
4	April	4.585
5	Mei	5.284
6	Juni	5.781
7	Juli	6.121
8	Agustus	6.545
9	September	6.681
10	Oktober	6.567
11	November	6.798
12	Desember	6.981
13	TOTAL	68.993

Sumber: Suryaningrat, 2019:5

Jumlah penjualan produk air minum isi ulang Top Water sejumlah 68.993 galon pada tahun 2019. Dalam situasi ini penjualan air minum isi ulang top water berada pada tahap cukup stabil dimana penjualan pada bulan Januari – Desember tidak jauh berbeda. Menghadapi situasi ini pengusaha top water harus bisa lebih meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka gunakan agar konsumen tetap mau menggunakan produk tersebut. Dalam menjalani usaha air minum isi ulang ini, apakah faktor kualitas

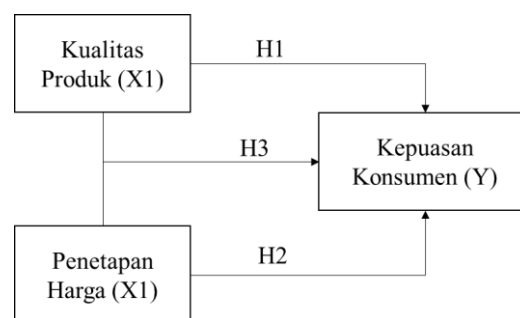
produk dan penetapan harga sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang disediakan perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui (1). Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen ;(2). Pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen ;(3).Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada depot air minum isi ulang top water di Pabuaran Bekasi.

METODOLOGI

Menurut Jasmi, 2019 dalam Jurnal Administrasi Bisnis, menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Penetapan Harga memiliki dampak signifikan pada Kepuasan Konsumen, lalu secara simultan Kualitas dan harga produk memiliki dampak signifikan pada Kepuasan Konsumen.

Berangkat dari beberapa teori di atas, maka kerangka penelitiannya sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian, maka hipotesis penelitian adalah:

- H1 : Ada pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
- H2 : Ada pengaruh antara Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
- H3 : Ada pengaruh antara Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2020 di Depot Air Minum Isi Ulang Top Water Jl Kp Sawah Pabuaran Rt. 007 Rw. 01 Jatimurni, Bekasi. Populasi pembeli air isi ulang adalah seluruh konsumen dari depot air minum top water Pabuaran Bekasi di Bulan Januari 2020 dalam 1 minggu yang berjumlah 125 orang. Jumlah sampel yang dijadikan responden sebanyak 95 orang. Kuesioner disebarikan pada setiap pembeli yang datang ke depot. Kuesioner telah valid dan reliabel, sehingga bisa dijadikan instrumen penelitian. Uji statistik yang digunakan adalah uji asumsi klasik, dan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda (Sugiyono, 2016:192)

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna depot air minum isi ulang Top Water Pabuaran. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 95 orang responden pengguna depot air minum isi ulang Top Water Pabuaran.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin terlihat bahwa 61,1% responden adalah laki laki, sisanya perempuan. Hal ini bisa dipahami karena umumnya yang melakukan pembelian ke lokasi depot adalah laki laki.

TABEL 2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki Laki	58	61,1%
2	Perempuan	37	38,9%
Total		95	100%

Sumber : Suryaningrat, 2020

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, terlihat bahwa didominasi usia 26 – 30 tahun (31,6%) dan usia 31-40 tahun (27,4%) , hal ini bisa dipahami, karena itulah usia yang umum menjadi pembeli ke depot. Yang secara umum masih cukup kuat untuk membawa galon isi ulang. Sekaligus juga usia yang sudah matang secara ekonomi.

TABEL 3 Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 – 25 Tahun	18	18,9%
2	26 – 30 Tahun	30	31,6%
3	31 – 40 Tahun	26	27,4%
4	>41 Tahun	21	22,1%
Total		95	100%

Sumber : Suryaningrat, 2020

Karakteristik berdasarkan pembelian jumlah galon yang di isi, maka terlihat umumnya konsumen mengisi 1 sampai 3 galon per datang (58,9%), bisa dilihat bahwa jumlah galon yang di bawa ke depot umumnya menggunakan motor (kendaraan roda dua), yang tentunya memuat galon paling banyak 3 buah, jarang yang melebihi 7 galon, sebagaimana data berikut:

TABEL 4 Data Responden Pembelian air isi ulang

No	Jumlah galon yang di isi	Frekuensi	Persentasi
1	1 – 3 Galon	56	58,9%
2	4 – 6 Galon	24	25,3%
3	>7 Galon	15	15,8%
Total		95	100%

Sumber : Suryaningrat, 2020

Selanjutnya, hasil analisis kuesioner yang diberikan, terkait dengan kualitas produk, memperlihatkan bahwa, responden rata rata setuju bahwa kualitas air yang dijual oleh Top Water Pabuaran ini memiliki kualitas yang baik, dengan rata rata responden menyatakan setuju (3,69).

TABEL 5. Rata Rata Persepsi Responden terhadap Kualitas Produk

No	Pernyataan	Skor
P1	Warna air di air minum isi ulang top water jernih	3,91
P2	Aroma air minum di air minum isi ulang top water tidak berbau	3,81
P3	Air minum isi ulang top water dapat digunakan untuk apa saja	3,74
P4	Kebersihan galon konsumen terjaga	3,78
P5	Pelengkap galon seperti tisu dan tutup galon memiliki kualitas yang baik	3,84
P6	Daya tahan air pada air minum isi ulang top water memiliki jangka waktu yang lama untuk dikonsumsi	3,60
P7	Pelayanan di air minum isi ulang top water mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan	3,48
P8	Desain logo yang dimiliki air minum isi ulang top water menarik	3,40
P9	Air minum isi ulang top water memiliki keunggulan yang baik dalam kualitas produknya	3,67
Total rata rata		3,69

Sumber : Suryaningrat, 2020

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan , juga diperoleh rata rata persepsi responden yang berkaitan dengan penetapan harga, menyatakan setuju jika penetapan harga sesuai harapan responden, yaitu rata-rata 3,52. Sebagaimana pada tabel berikut:

TABEL 6 Rata Rata Persepsi Responden Terhadap Penetapan Harga

No	Pernyataan	Skor
P1	Harga yang ditawarkan air minum isi ulang top water memenuhi selera konsumen yang di inginkan	3,61
P2	Promo dan harga yang diberikan oleh air minum isi ulang top water membuat konsumen berminat berkunjung kembali	3,41
P3	Harga air minum isi ulang top water yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang konsumen butuhkan	3,49
P4	Harga air minum isi ulang top water yang ditawarkan terjangkau dengan kondisi keuangan konsumen	3,44
P5	Harga serta promo air minum isi ulang top water yang ditawarkan relatif lebih murah dan menarik dari usaha yang sejenis	3,66
P6	Sering mengunjungi air minum isi ulang top water karena harga produknya yang terjangkau	3,58
P7	Persepsi harga dan manfaat produk mendorong kemauan konsumen untuk membeli produk air minum isi ulang top water	3,53
P8	Harga yang terjangkau merupakan faktor penting dalam menetapkan pilihan air minum isi ulang top water yang akan dikunjungi	3,45
Total rata rata		3,52

Sumber: Suryaningrat, 2020

Berikutnya, rata rata persepsi terhadap kepuasan konsumen, menunjukkan nilai 3,48, yang berarti konsumen rata rata setuju bahwa mereka puas terhadap kualitas produk dan penerapan harga yang diberikan oleh Top Water Pabuaran ini.

TABEL 7 Rata Rata Persepsi Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Skor
P1	Air minum isi ulang top water sesuai dengan harapan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut	3,57
P2	Konsumen yakin air minum isi ulang top water tidak akan kalah bersaing dengan usaha sejenisnya	3,31
P3	Konsumen merasa puas dengan promo dan harga yang diberikan oleh air minum isi ulang top water	3,42
P4	Konsumen berminat berkunjung kembali karna merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan air minum isi ulang top water	3,49
P5	Konsumen bersedia merekomendasikan produk air minum isi ulang top water kepada konsumen yang belum membeli	3,61
Total rata rata		3,48

Sumber: Suryaningrat, 2020

Rata rata responden juga setuju untuk merekomendasikan produk air minum isi ulang kepada konsumen yang belum membeli. Hal ini menunjukkan secara deskriptif, responden setuju dengan kualitas produk yang baik dan penetapan harga yang sesuai harapan, sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dari penelitian, diperoleh bahwa instrumen yang digunakan dinyatakan valid dan reliabel, serta datanya berdistribusi normal, sehingga bisa dilakukan uji regresi linier berganda untuk menguji hipotesis.

Hasil analisis linier berganda, memperlihatkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,957 + 0,192 X1 + 0,357 X2$$

Dari persamaan tersebut, maka hasil persamaan regresi berganda tersebut memberikan pengertian bahwa : Nilai konstanta (a) sebesar 0,957 artinya apabila variabel kualitas produk dan penetapan harga nilainya adalah nol (0) atau variabel variabel tersebut diabaikan maka kepuasan konsumen yang diperoleh adalah sebesar 0,957. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,192 dengan tingkat signifikan 0,002 artinya apabila nilai dari variabel kualitas produk (X1) dinaikan sebesar 1% maka tingkat kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,192. Koefisien regresi penetapan harga sebesar 0,357 dengan tingkat signifikan 0,000 artinya apabila nilai variabel penetapan harga (X2) naikan sebesar 1% maka tingkat kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,357.

TABEL 8 Persamaan Regresi Linier

Model	Koefisien		Beta	t	Sig.
	Unstandardized	Standardized			
	Coefficients	Coefficients			
	B	Std. Error			
Konstanta	.957	1.329		.720	.473
Kualitas Produk (X1)	.192	.060	.319	3.231	.002
Penetapan Harga (X2)	.357	.066	.529	5.366	.000

Variabel dependen (Y) : Kepuasan Konsumen

Sumber: Suryaningrat, 2020

Hasil uji hipotesis terkait dengan hubungan dan pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial, memperlihatkan hasil sebagai berikut:

Hubungan Kualitas Produk (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dari output diatas di dapat koefisien korelasi sebesar 0,729. Karena nilainya lebih mendekati 1 maka hubungan kualitas produk dan kepuasan konsumen adalah erat atau kuat. Dari uji pengaruh menggunakan uji regresi diperoleh hasil Pengujian hipotesis kualitas produk terhadap kepuasan konsumen nilai thitung sebesar 3,231 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Ini artinya variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen depot air minum isi ulang Top Water. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Maramis, dkk terkait dengan *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Air Manado* dalam Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akutansi, 2018, yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Untuk hasil uji hubungan dan pengaruh penetapan harga (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y), diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka ada hubungan yang berarti antara penetapan harga terhadap kepuasan konsumen. Dan juga nilai koefisien korelasi sebesar 0,776. Karena nilainya lebih mendekati 1 maka hubungan penetapan harga dan kepuasan konsumen adalah erat atau kuat. Sedangkan pada uji pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen nilai t hitung 5,366 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Ini artinya variabel penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen depot air minum isi ulang

Top Water. Hal ini sejalan dengan Gofur, 2019 yang menyatakan bahwa harga seringkali dijadikan konsumen sebagai indikator nilai antara manfaat yang dirasakan. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun, dan sebaliknya jika nilai yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Penetapan harga juga salah satu unsur terpenting dalam menentukan pangsa pasar dan sebagai hasil dari pemotongan harga serta promosi untuk suatu produk tersebut. Pada saat konsumen melakukan evaluasi dan penelitian terhadap harga dari suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku dari konsumen itu sendiri. Dengan demikian penilaian terhadap harga suatu produk bagi setiap individu tidaklah harus sama, karena bergantung pada persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu.

Adanya penetapan harga yang sesuai dengan keinginan atau kehendak konsumen dan sesuai dengan layanan yang akan diberikan, maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang didapatkan. Jika harga yang ditetapkan tidak sebanding dengan pelayanan yang akan diperoleh dari perusahaan maka konsumen justru akan merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan perusahaan.

Hasil uji pengaruh kualitas produk dan penetapan harga, secara simultan (bersama sama) terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai F hitung sebesar 82,815 lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 3,09 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk dan penetapan harga secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Kotler dan Keller (2012:138) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen, berkontribusi sebesar adalah sebesar 0,643 diperlihatkan dari nilai R square. Jadi sumbangan pengaruh dari variabel kualitas produk (X1) dan penetapan harga (X2) yaitu sebesar 64%. Sedangkan sisanya sebesar 36% (100% - 64%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen. Penetapan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen . Kualitas produk dan penetapan harga secara simultan (bersama sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R^2) 63% menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan penetapan harga , sedangkan 37% sisanya dipengaruhi oleh variabel variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Adapun rekomendasi yang bisa diberikan adalah perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas produk dan harus mempertahankan penetapan harganya agar yang ditawarkan wajar kepada konsumen, apalagi kondisi sekarang banyak bermunculan pesaing lain. untuk itu perusahaan harus tetap konsisten berkomitmen dalam mempertahankan konsumen agar loyalitas konsumen didapat. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan meneliti variabel lain misalnya pengaruh promosi, penentuan lokasi dan distribusi terhadap kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38-49.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Emilia, Ita. (2019). Analisa Kandungan Nitrat Dan Nitrit Dalam Air Minum Isi Ulang Menggunakan Metode Spektrofotometri Uv-Vis. *Jurnal Indobiosains*. Vol 1. No. 1 Edisi Februari 2019 http://univpgri-palembang.ac.id/e_jurnal/index.php/biosains
- Gofur, Abdul. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Jasmi, Ridho Yatul (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jom Fisip*, Vol 6. Desember 2019
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan K.K. Keller,, (2012), *Marketing Management*, 14th Edition, New Jersey: Pearson Education Limited.
- Lalage, Zerina. (2019). *Hidup sehat Terapi Air*. Abata Press. Klaten. Diambil dari <http://r2kn.litbang.kemkes.go.id:8080/xmlui/handle/123456789/62699>,

- Maramis, Freekley Steyfli , J. L. Sepang, A.S Soegoto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Air Manado. Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi .Vol 6 No 3 (2018). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/issue/view/1994>
- Sugiyono. (2017)..Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantatif F,Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryaningrat, Yurika. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pengguna Depot Air Minum Isi Ulang Top Water Wilayah Pabuaran Rt 007 Rw 01 Jatimurni, Bekasi). Jakarta. Universitas Mohammad Husni Tahmrin Jakarta. Skripsi

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada BMT Al Fath IKMI

Hasan Basri¹⁾, Dhea Juwita Andriani²⁾, Lily Nabilah³⁾

¹⁾²⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Mohammad Husni Thamrin

³⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author: basrihasan834@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Received : 3 November 2021 Accepted : 10 November 2021 Published: 16 November 2021

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v2i2.945>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada BMT Al-Fath IKMI. Adapun jumlah responden yaitu 90 orang dari penduduk Wilayah Kecamatan Pamulang. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS (*Statistical Packages For The Social Sciences*) 23.0 for Windows. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil dan uji hipotesis menggunakan t-statistik serta uji F untuk menguji koefisien regresi secara parsial dan simultan. Uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t hitung > t tabel sebesar $3.353 > 1.66159$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($.001 < 0.05$). Kemudian ada pengaruh signifikan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t hitung > tabel yaitu sebesar $2.033 > 1.66159$ dan tingkat signifikansi sebesar 0,045 lebih kecil dari 0,05 ($0.045 < 0.05$). Dan, secara bersama-sama terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dilihat berdasarkan hasil (uji F) dengan nilai F hitung > F tabel yaitu sebesar $32.330 > 3.10$ dengan tingkat signifikansi < 0,05 yaitu $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Produk, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine the effect of Service Quality and Product on Customer Satisfaction at BMT Al-Fath IKMI. The number of respondents is 90 people from the population of the Pamulang District. The study used a descriptive method with a quantitative approach. The analysis in this study uses SPSS (Statistical Packages For The Social Sciences) 23.0 for Windows software. The analysis technique uses multiple regression analysis with least squares equations and hypothesis testing using t-statistics and F-test to test the regression coefficients partially and simultaneously. Test the validity, reliability, as well as the classical assumption test which includes the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The results of the study indicate that there is a significant effect of Service Quality on Customer Satisfaction. This can be seen based on the results (t test) with a t count > t table of $3.353 > 1.66159$ and a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05 ($.001 < 0.05$). Then there is a significant effect of the product on customer satisfaction. This can be seen based on the results (t test) with the value of t arithmetic > table that is $2.033 > 1.66159$ and a significance level of 0.045 which is smaller than 0.05 ($0.045 < 0.05$). And together there is the effect of Service and Product Quality on Customer Satisfaction. This can be seen based on the results (F test) with the calculated F value > F table, which is $32.330 > 3.10$ with a significance level of <0.05, which is 0.000 < 0.05.

Keywords: *Service Quality, Product, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perusahaan atau koperasi yang bergerak dalam penyimpanan dana atau menabung sudah banyak sekali dengan tingkat suku bunga yang berbeda di setiap perusahaan. Penyimpanan atau pembiayaan mudah dijangkau masyarakat. Perusahaan seperti ini dapat mempermudah masyarakat untuk mengelola bisnis usaha yang sudah berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat untuk jangka panjang.

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing di dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini mengakibatkan persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam bekerja yaitu, melalui pelatihan. Pelatihan merupakan usaha yang terencana untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan seseorang. Dengan adanya pelatihan, diharapkan terjadi peningkatan produktivitas dan efektivitas kerja untuk mencapai hasil yang telah ditetapkan. Selain itu, pelatihan merupakan aktivitas yang tidak dapat ditinggalkan dalam perusahaan. Hal tersebut dikarenakan pelatihan dapat memberikan berbagai manfaat, baik kepada perusahaan maupun karyawan.

Perusahaan penyimpanan dan pembiayaan mempunyai banyak jenis dan produk yang ditawarkan kepada masyarakat, sesuai dengan kemampuan masyarakat yang ingin membangun sebuah bisnis untuk menentukan kehidupannya kedepan. Dengan metode penyimpanan dan pembiayaan jangka panjang, masyarakat dapat menabung untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Untuk merespon dan memenuhi berbagai kebutuhan dan kepentingan masyarakat yang semakin berkembang saat ini, pihak perusahaan dituntut untuk mengembangkan kemampuan pegawai guna meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan atau nasabah.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian dilakukan BMT Al-Fath IKMI yang berlokasi di Jl. Aria Putra No.7, Kedaung, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15415. Perusahaan ini bergerak di bidang penyimpanan dan pembiayaan. Penelitian ini dilakukan dalam waktu 5 (lima) bulan dari bulan Januari 2020 sampai dengan Mei 2020.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang sudah menjadi nasabah BMT Al-Fath IKMI sebanyak 125 orang. Sampel merupakan suatu bagian dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Perhitungan jumlah sampel yang diambil berdasarkan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

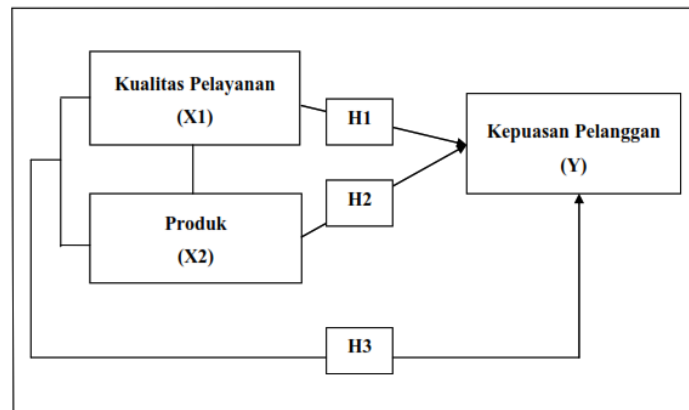
e : persen kelonggaran ketidaktelitian yaitu sebesar 5 %

Berdasarkan rumus tersebut, kemudian dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{Ne^2 + 1} \\ n &= \frac{125}{125 (0,05^2) + 1} \\ n &= \frac{125}{0,3125 + 1} \\ n &= \frac{125}{1,3125} \\ n &= 95,23 = 95 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang harus diteliti sebanyak 95 orang.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel independennya yaitu kualitas pelayanan dan produk. Pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan digambarkan dalam kerangka pemikiran gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis bisa didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (Uma Sekaran, 2011:135). Hipotesis dalam penelitian ini, adalah:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh Kepuasan Pelanggan

H2: Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H3: Kualitas Pelayanan dan Produk berpengaruh Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan dari penentuan jumlah sampel atau responden, maka penelitian ini menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran yang digunakan. Menurut sugiyono (2014:134), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun penilaian jawaban responden dengan menggunakan rentang skala likert 1 – 5 poin untuk setiap pernyataan, sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Skala Interval	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	15.544	3.552		4.376	.000		
X1	.371	.111	.423	3.353	.001	0.401	2.494
X2	.139	0.69	.256	2.033	.045	0.401	2.494

Sumber : Data primer yang diolah , 2020

Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 15.544 + 0.371 X1 + 0.139 X2 + e$$

Adapun hasil dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: Nilai Konstanta (a) = 15.544 artinya, apabila variabel Kualitas Pelayanan dan Produk nilainya adalah 0 (nol) atau variabel-variabel tersebut diabaikan. Maka kepuasan pelanggan yang diperoleh adalah sebesar 15.544.

Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (X1) = 0.371 artinya, apabila nilai dari variabel Kualitas Pelayanan dinaikan sebesar 1. Maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.371.

Koefisien Regresi Produk (X2) = 0.139 artinya, apabila nilai dari variabel Produk dinaikan sebesar 1. Maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.139.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	T	Sig.
Kualitas Pelayanan (X1)	3.353	.001
Produk (X2)	2.033	.045

Sumber : Data primer yang diolah , 2020

Uji t (uji koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui secara parsial Kualitas Pelayanan dan Produk signifikan atau tidak terhadap Kepuasan Pelanggan. Pengujian menggunakan signifikansi 0.05. Langkah-langkah adalah sebagai berikut:

1) Uji t variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (X1 terhadap Y).

a) Merumuskan Hipotesis

H_0 : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan

H_a : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan

b) Menentukan t hitung dan signifikasi

Berdasarkan Hasil tabel 3 dapat dilihat bahwa t hitung yaitu sebesar 3.353 dan signifikasi 0.001.

c) Menentukan t tabel

T tabel dilihat pada tabel statistic pada signifikasi 0.05 dengan dua sisi (0.025) dengan degree of freedom (df) $N-K-1$ dengan keterangan:

N yaitu jumlah Observasi

K yaitu jumlah variabel bebas, Jadi $95-2-1 = 92$

Maka, hasil t tabel sebesar 1.66159 (dilihat pada baris ke 92 dengan tingkat signifikasi 0.05 dan uji dua arah).

d) Kriteria Penguji

Berdasarkan tabel t tabel:

- Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- Jika t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan Signifikasi:

- Jika Signifikasi $<$ 0.05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

- Jika Signifikasi $>$ 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

e) Membuat Kesimpulan

Berdasarkan hasil tabel 3 diatas, menyatakan bahwa :

- Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3.353 > 1.66159$

- Tingkat Signifikasi yaitu $0.001 < 0.05$

Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Yang berarti Uji Hipotesis 1 (H_1) yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

2) Uji t variabel Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (X_2 terhadap Y).

a) Merumuskan Hipotesis

H_0 : Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H_a : Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

b) Menentukan t tabel

T tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikasi 0.05 dengan dua sisi (0.025) dengan degree of freedom, Sebagai berikut:

Degree Of Freedom (df) $N-K-1$ dengan keterangan:

N yaitu jumlah Observasi

K yaitu jumlah variabel bebas, Jadi $95 - 2 - 1 = 92$

Hasil t tabel sebesar 1.66159 dengan tingkat signifikansi 0.05 dan uji dua arah.

c) Menentukan t hitung dan signifikansi

Berdasarkan hasil tabel 3 dapat dilihat bahwa t hitung yaitu sebesar 2.033 dan dengan signifikansi 0.045.

d) Kriteria Penguji

Berdasarkan tabel t tabel:

- Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- Jika t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan Signifikansi:

- Jika Signifikansi $>$ 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- Jika Signifikansi $<$ 0.05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

e) Membuat Kesimpulan

Berdasarkan hasil tabel 3 diatas, menyatakan bahwa:

- Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.033 > 1.66159$

- Tingkat Signifikansi yaitu $0.045 < 0.05$

Maka dapat disimpulkan berdasarkan t-tabel bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti Uji Hipotesis 2 (H_2) yaitu Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien determinasi merupakan variasi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat diukur dengan nilai R-Square.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.642	.413	.400

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan table 4 di atas, dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (Adjusted R^2) yang diperoleh yaitu sebesar 0,400. Hal ini berarti, variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Produk (X_2) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 40%. Sedangkan, sisa sebesar 60% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan diatas, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BMT Al-Fath IKMI. Hal tersebut dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $3.353 > 1.66159$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ yaitu $0.001 < 0.05$ yang berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BMT Al-Fath IKMI. Hal tersebut dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $2.033 > 1.66159$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,045 > 0,05$ yang berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Kualitas Pelayanan dan Produk secara Bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BMT Al-Fath IKMI. Hal tersebut dilihat berdasarkan hasil (uji F) dengan nilai F hitung $> F$ tabel yaitu sebesar $32.330 > 3.10$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan diatas, maka terdapat beberapa rekomendasi sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan yang sudah baik agar dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan, agar dapat berdampak kepada kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat menimbulkan brand image yang positif dalam pandangan nasabah, sehingga nasabah mau melakukan promosi melalui mulut ke mulut. Perlu adanya kegiatan promosi yang rutin seperti pengadaan open house dan pameran-pameran yang berkenaan dengan produk yang ditawarkan.

Direkomendasikan kepada pihak perusahaan agar meningkatkan informasi melalui media sosial, agar nasabah dapat menerima informasi dengan baik dan cepat. Keragaman produk yang sudah baik harus dijaga kualitasnya agar tercipta kepuasan pelanggan

Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya, Hasil uji R^2 menunjukkan bahwa masih terdapat variabel-variabel lain yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini yaitu sebesar 40%. Oleh sebab itu, maka untuk penelitian-penelitian lebih lanjut, sebaiknya menggali kembali variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kedua variabel dalam penelitian ini, karna semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin banyak manfaat yang didapatkan oleh perusahaan, baik itu dari segi profit maupun citra perusahaan.

REFERENSI

- Fajar, Muhammad, Laksana. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, Khalifah Mediatama, Depok.
- Firmansyah Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media Surabaya.
- Gerson, Richard F, (2017). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM, Jakarta.
- Ghozali, Imam, (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ketujuh)*, Badan Penerbit Universitas Diponogoro, Semarang.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan Jilid 2, indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. (2014). *Principles of Marketing (15th Edition)*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Malayu S.P Hasibuan. (2019). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. PT. Bumi Aksara.
- Maryono. (2018). *Istilah-Istilah Dalam Kebijakan dan Manajemen Kesehatan*. CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rinawati. (2019). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. PT Pustaka Baru, Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Supardi. (2017). *Statistik Penelitian Pendidikan: Perhitungan, Penyajian, Penjelasan, Penafsiran, dan Penarikan Kesimpulan*. Depok.
- Sugiyono, (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Shinta Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UP Press), Malang.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung, Alfabeta.
- Sumadi, Suryabrata, (2012). *Metodologi Penelitian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Triyono Aris & Warnadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*, CV. Andi OFFSET, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2014). *Pemasaran Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

- Parasuraman, (2013), A. Delivery quality service, Balancing customer reception and Expectation The press. New York.
- Yuri, (2013). TQM Manajemen Kualitas Total Dalam Perspektif Teknik Industri, PT Indeks, Jakarta.
- Yude Supriatna, Yoga Adiyanto, Deni Sunaryo, (2019) Induksi Manajemen Pemasaran, Jakarta.

Pengaruh *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, dan *Debt to Equity Ratio* terhadap Harga Saham Perusahaan Properti dan Real Estate di BEI

Evi Noviaty¹⁾

¹⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author: evi.noviaty@yahoo.com, Jakarta, Indonesia

Received: 5 November 2021 Accepted: 15 November 2021 Published: 30 November 2021

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v2i2.1071>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh *Current Ratio*, *Net Profit Margin* (NPM) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap harga saham perusahaan property dan real estate. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak lima belas perusahaan yang terdaftar di BEI dengan kurun waktu 2017-2019. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan regresi data panel, menunjukkan bahwa *Current Ratio*, *Net Profit Margin* (NPM) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) secara bersama berpengaruh terhadap harga saham. Kemudian secara parsial, *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap harga saham, sedangkan *Net Profit Margin* (NPM) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) masing-masing berpengaruh terhadap harga saham.

Kata Kunci: *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, *Debt to Equity Ratio*, Harga saham.

Abstract

This study aims to determine how far the influence of the Current Ratio, Net Profit Margin (NPM) and Debt to Equity Ratio (DER) on the stock prices of property and real estate companies. This study is a quantitative study using secondary data in the form of company financial statements. The sample in this study was fifteen companies listed on the IDX for the period 2017-2019. Determination of the sample in this study using purposive sampling. Based on the results of hypothesis testing using panel data regression, it shows that the Current Ratio, Net Profit Margin (NPM) and Debt to Equity Ratio (DER) together have an effect on stock prices. Then partially, Current Ratio has no effect on stock prices, while Net Profit Margin (NPM) and Debt to Equity Ratio (DER) each have an effect on stock prices.

Keywords: *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, *Debt to Equity Ratio*, Stock price.

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan perekonomian saat ini banyak cara yang dapat dilakukan untuk menghasilkan keuntungan, salah satunya dengan cara berinvestasi. Investasi merupakan penanaman modal yang dilakukan oleh investor, baik investor domestik maupun asing dalam berbagai bidang usaha, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Instrumen investasi memiliki beberapa jenis, diantaranya saham dan obligasi. Menurut Undang-Undang Pasar Modal No.8 tahun 1995, pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual atau beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan

memperdagangkan efek (saham dan obligasi) disebut Bursa Efek. Bursa Efek Indonesia (BEI) mengklasifikasikan perusahaan-perusahaan publik yang mencatatkan sahamnya ke dalam sepuluh sektor, salah satu sektor diantaranya adalah sektor jasa, seperti properti, real estate dan konstruksi.

Indonesia saat ini telah banyak mengalami kemajuan ditunjukan dengan berbagai upaya pemerintah dalam melakukan pembangunan sarana infrastruktur. Dengan dilakukan pembangunan infrastruktur di Indonesia maka dapat menunjang pertumbuhan ekonomi negara, hal ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan di berbagai sektor. Salah satu perusahaan yang mendapatkan manfaat pembangunan infrastruktur adalah perusahaan di bidang properti, real estate, dan konstruksi yang merupakan salah satu indikator pendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sektor properti merupakan salah satu sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan memiliki efek yang cukup besar untuk mendorong sektor-sektor ekonomi lainnya. Perkembangan industri properti dan real estate mengalami perkembangan yang sangat pesat serta meningkat setiap tahunnya, sebab tanah memiliki ketersediaan yang bersifat tetap sedangkan jumlah penduduk di Negara Indonesia selalu mengalami peningkatan yang menjadi indikasi bertambahnya kebutuhan manusia akan tempat tinggal, perkantoran, pusat belanja dan lain sebagainya.

Menurut (Puspitasari, 2017,2) harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Sebaliknya, apabila mengalami kelebihan penawaran maka harga saham cenderung turun. Permintaan dan penawaran didasarkan pada seberapa jauh manajemen berhasil mengelola perusahaan atas nama pemegang saham. Menurut (Kasih, 2017,13) terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi harga saham yaitu, kondisi mikro dan makro ekonomi, kebijakan perusahaan, adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat pidana dan kasusnya telah masuk pengadilan, kinerja perusahaan dan manajemen, risiko sistematis, dan efek psikologi pasar yang mampu menekan kondisi teknikal dalam jual beli saham.

Kinerja perusahaan dijadikan acuan bagi investor maupun analisis fundamental dalam melakukan pengkajian terhadap saham perusahaan. Analisis fundamental adalah sebuah analisa yang didasarkan pada faktor-faktor dasar atau fundamental yang nantinya mempengaruhi nilai saham dari suatu perusahaan dengan melihat kondisi prospek saham, industri maupun kondisi perekonomian. Data fundamental yang dimaksud misalnya data dari

laporan keuangan. Laporan keuangan yang dianalisa adalah laporan keuangan yang berasal dari laporan laba rugi atau neraca. Dengan menggunakan data tersebut investor dapat mengetahui kinerja keuangan perusahaan. Menurut (Pujiarti, 2019,4) apabila ingin mengetahui kekuatan manajemen, maka rasio likuiditas, rasio aktivitas, dan rasio solvabilitas harus dianalisis. Jika ingin menilai kinerja perusahaan, maka rasio profitabilitas dan tren harus diperhatikan. Namun, rasio yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas dan Rasio Solvabilitas. Apabila ingin mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dapat dilakukan dengan menggunakan rasio likuiditas. Rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya (utang) jangka pendek (Kasmir, 2016,129), caranya dengan membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aktiva lancar dengan utang lancar. Rasio likuiditas yang sering digunakan antara lain: *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Cash Ratio*, dan *Cash Turnover*. Namun rasio likuiditas yang digunakan dalam penelitian ini hanya *Current Ratio*. *Current Ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (Kundiman & Hakim, 2016,84). Semakin tinggi rasio ini, semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek. Artinya, setiap perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, tetapi rasio lancar yang terlalu tinggi juga menunjukkan manajemen yang buruk atas sumber likuiditas.

Apabila ingin menilai kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitasnya (Hery, 2015,192). Rasio ini digunakan untuk menilai seberapa efisien pengelolaan perusahaan dapat mencari keuntungan atau laba untuk setiap penjualan yang dilakukan. Rasio profitabilitas yang sering digunakan antara lain: *Net Profit Margin* (NPM), *Return of Sales*, *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Assets* (ROA). Namun rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini hanya *Net Profit Margin* (NPM). NPM merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan yang sudah dikurangi seluruh biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan (Umam, 2019). Cara pengukuran rasio ini adalah dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Atas dasar beberapa pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* adalah rasio yang dapat menggambarkan seberapa

besar persentase laba bersih yang didapat dari setiap penjualan. Semakin tinggi NPM suatu perusahaan maka semakin banyak investor yang menyukai perusahaan tersebut karena perusahaan bisa memperoleh hasil yang baik.

Apabila ingin mengetahui kekuatan manajemen dapat dilakukan dengan menganalisis rasio solvabilitas. Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Hanie & Saifi, 2018). Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya, dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dilikuidasi. Rasio yang digunakan dalam menganalisis solvabilitas antara lain: *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Debt to Total Asset Ratio* (DAR). Rasio ini mempermudah manajemen dan investor untuk memahami tingkat resiko struktur modal pada perusahaan melalui catatan atas laporan keuangan.

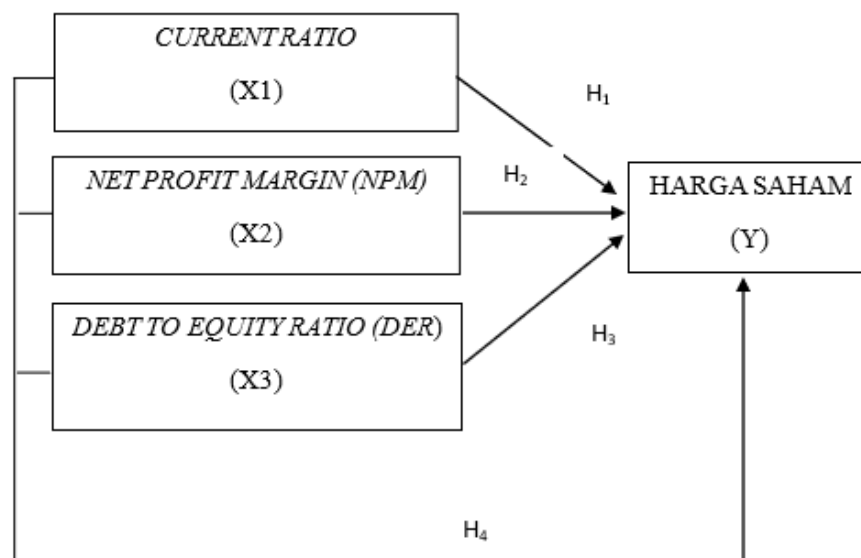
Analisis struktur modal adalah salah satu elemen utama dalam analisis solvabilitas, struktur modal merujuk pada sumber pendanaan perusahaan. Menurut (Pujiarti, 2019,6) setelah perusahaan memperoleh pendanaan, maka perusahaan akan menginvestasikannya pada berbagai macam aset. Sehingga dalam penelitian ini, rasio yang digunakan adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). DER merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang ekuitas, untuk mencari rasio ini dengan membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas (Anah, Firdaus, & Allifah, 2018). DER yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki jumlah utang yang tinggi juga, hal ini menandakan bahwa ketergantungan perusahaan dalam pembiayaan ekuitas menggunakan utang itu tinggi. DER semakin tinggi maka investor akan menangkap ini sebagai sinyal buruk, dikarenakan perusahaan memiliki utang yang tinggi, sehingga para investor menilai perusahaan ini kurang layak untuk dibeli, karena dengan utang yang tinggi risiko kebangkrutan juga semakin tinggi. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian “Pengaruh *Current Ratio*, *Net Profit Margin* (NPM), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) Terhadap Harga Saham Perusahaan Properti dan Real Estate di BEI Periode 2017-2019”.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari – Mei 2021 dan akan dilaksanakan pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif melalui pendekatan kausalitas yang bertujuan untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel, namun tidak melalui eksperimen melainkan dengan pengamatan terhadap data dari faktor yang diduga menjadi penyebab.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi. Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan perusahaan properti dan real estate selama tahun 2017-2019, data yang akan digunakan berupa *Harga Saham*, *Current Ratio*, *Net Profit Margin* dan *Debt to Equity Ratio* yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah *Current Ratio*, *Net Profit Margin* (NPM), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai variabel independen (bebas) dan *Harga Saham* sebagai variabel dependen (terikat). Sehingga kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber : Diolah Penulis (2021)

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

H1, H2, H3 : Berpengaruh secara parsial
H4 : Berpengaruh secara bersama-sama
Rumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

H1: *Current Ratio* secara parsial berpengaruh terhadap harga saham.

H2: *Net Profit Margin* (NPM) secara parsial berpengaruh terhadap harga saham.

H3: *Debt to Equity Ratio* (DER) secara parsial berpengaruh terhadap harga saham.

H4: *Current Ratio*, *Net Profit Margin* (NPM), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham.

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian adalah menggunakan data sekunder, berupa laporan keuangan tahunan selama 2017- 2019 pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Data Panel. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian terhadap 15 perusahaan properti dan real estate dan melakukan penelitian tersebut dalam berbagai kurun waktu yang berbeda, seperti tahunan. Sehingga peneliti akan mempunyai data *cross section* dan data *time series* (Sandra, 2018).

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 60 perusahaan properti dan real estate yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Dari populasi tersebut, diambil 15 perusahaan sebagai sampel. Penentuan sampel tersebut didasarkan pada indikator yang sudah ditetapkan, yaitu perusahaan melakukan go public selambat-lambatnya tahun 2010 dan mempublikasikan laporan keuangan perusahaan selama periode tahun 2017-2019. Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Berikut ini merupakan daftar perusahaan yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 1. Daftar Nama Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Emiten
1	ASRI	PT. Alam Sutera Realty Tbk.
2	BCIP	PT. Bumi Citra Permai Tbk.
3	BSDE	PT. Bumi Serpong Damai Tbk.
4	CTRA	PT. Ciputra Development Tbk.
5	GPRA	PT. Perdana Gapura Prima Tbk.
6	DUTI	PT. Duta pertiwi Tbk.
7	PUDP	PT. Pudjiadi Prestige Tbk.
8	SMRA	PT. Summarecon Agung Tbk.
9	SMDM	PT. Suryamas Dutamakmur Tbk.
10	KIJA	PT. Kawasan Industri Jababeka Tbk.

11	DILD	PT. Intiland Development Tbk.
12	LPCK	PT. Lippo Cikarang Tbk.
13	JRPT	PT. Jaya Real Property Tbk.
14	FMII	PT. Fortune Mate Indonesia Tbk.
15	GMTD	PT. Goa Makassar Tourism Development Tbk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Current Ratio merupakan kemampuan aktiva lancar perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva yang dimiliki. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek. Artinya setiap saat perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya. Tetapi rasio lancar yang terlalu tinggi juga menunjukkan manajemen yang buruk atas sumber likuiditas. Kelebihan dalam aktiva lancar seharusnya digunakan untuk membayar dividen, membayar hutang jangka panjang atau untuk investasi yang bisa menghasilkan tingkat kembalian lebih (Kundiman dan Hakim, 2016).

Tabel 2. Rekapitulasi Data *Current Ratio* tahun 2017-2019

No	Kode	<i>Current Ratio (x)</i>			Rata-Rata
		2017	2018	2019	
1	ASRI	0.74	0.65	1.31	0.90
2	BCIP	1.19	1.12	1.38	1.23
3	BSDE	2.37	3.36	3.94	3.22
4	CTRA	1.95	2.02	2.17	2.05
5	GPRA	4.59	5.70	4.60	4.96
6	DUTI	9.62	7.74	21.70	13.02
7	PUDP	1.55	3.96	4.07	3.19
8	SMRA	1.46	1.45	1.25	1.39
9	SMDM	1.65	2.28	2.07	2.00
10	KIJA	7.19	7.15	6.12	6.82
11	DILD	0.88	1.01	1.18	1.02
12	LPCK	5.81	5.96	6.62	6.13
13	JRPT	1.11	1.13	1.15	1.13
14	FMII	3.55	3.24	2.90	3.23
15	GMTD	1.19	1.37	1.63	1.40

Sumber: Data sekunder diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa *Current Ratio* yang paling tinggi pada tahun 2017, 2018, dan 2019 dimiliki oleh perusahaan DUTI dengan *Current Ratio* masing-masing tahun secara berurutan sebesar 9.62x, 7.74x, dan 21.70x. Sedangkan, *Current Ratio* terendah 2017, 2018 di miliki oleh perusahaan ASRI dengan *Current Ratio* masing-masing tahun secara berurutan sebesar 0.74x, 0.65x dan 1.31x. *Current Ratio* Terendah di tahun 2019 di miliki

oleh perusahaan JRPT sebesar 1.15x. Kemudian, rata-rata *Current ratio* tertinggi dan terendah untuk periode tiga tahun masing-masing secara berurutan di miliki oleh perusahaan DUTI dan ASRI dengan nilai rata-rata sebesar 13.02x dan 0.90x.

Menurut (Prihadi, 2010), *Net Profit Margin* (NPM) adalah mengukur kemampuan perusahaan dalam rangka memberikan *return* kepada pemegang saham. *Net Profit Margin* digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak lalu dibandingkan dengan volume penjualan. Semakin besar angka NPM menunjukkan semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapatkan hasil yang baik yang melebihi harga pokok penjualan. Berikut merupakan data *Net Profit Margin* selama masa penelitian:

Tabel 3. Rekapitulasi Data *Net Profit Margin* tahun 2017-2019

No	Kode	<i>Net Profit Margin (%)</i>			Rata-Rata
		2017	2018	2019	
1	ASRI	35.23	24.40	29.11	29.58
2	BCIP	27.86	24.47	16.88	23.07
3	BSDE	47.55	19.52	39.40	35.49
4	CTRA	13.88	15.46	15.22	14.85
5	GPRA	8.69	8.51	12.31	9.84
6	DUTI	31.15	40.95	44.83	38.98
7	PUDP	4.42	6.63	6.43	5.83
8	SMRA	6.42	7.93	8.67	7.67
9	SMDM	2.84	6.26	4.43	4.51
10	KIJA	2.83	1.51	93.19	32.51
11	DILD	13.51	7.98	9.19	10.23
12	LPCK	25.16	101.44	18.75	48.45
13	JRPT	46.31	44.33	41.96	44.20
14	FMII	25.05	13.68	3.23	13.99
15	GMTD	29.99	25.07	34.12	29.73

Sumber: Data sekunder diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa *Net Profit Margin* yang paling tinggi pada tahun 2017 dimiliki oleh perusahaan BSDE sebesar 47.55%, di tahun 2018 yang paling tinggi dimiliki oleh perusahaan LPCK sebesar 101.44%, dan di tahun 2019 yang paling tinggi dimiliki oleh perusahaan KIJA sebesar 93.19%. Sedangkan, *Net Profit Margin* terendah 2017 dan 2018 di miliki oleh perusahaan KIJA dengan *Net Profit Margin* masing-masing tahun secara berurutan sebesar 2.83% dan 1.51%, dan di tahun 2019 *Net Profit margin* terendah di miliki oleh perusahaan SMDM sebesar 4.43%. Kemudian, rata-rata *Net profit margin* tertinggi dan terendah untuk periode tiga tahun masing-masing secara berurutan di miliki oleh perusahaan LPCK dan SMDM dengan nilai rata-rata sebesar 48.45% dan 4.51%.

Menurut (Sartono, 2011) *Debt to Equity Ratio* adalah total utang dibagi total modal sendiri yaitu dengan membandingkan antara total utang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri. Semakin tinggi angka *Debt to Equity Ratio* mengindikasikan bahwa semakin rendah pendanaan perusahaan yang dibiayai oleh perusahaan, dan sebaliknya. Bagi perusahaan sebaiknya besar utang tidak boleh melebihi modal sendiri agar beban tetapnya tidak terlalu tinggi, jadi semakin kecil angka rasio *Debt to Equity Ratio* maka semakin baik. Berikut merupakan data *Debt to Equity Ratio* selama masa penelitian:

Tabel 4. Rekapitulasi Data *Debt to Equity Ratio* tahun 2017-2019

No	Kode	<i>Debt to Equity Ratio (%)</i>			Rata-Rata
		2017	2018	2019	
1	ASRI	141.80	118.72	107.29	122.60
2	BCIP	134.18	107.08	100.0	113.75
3	BSDE	57.38	72.03	62.29	63.90
4	CTRA	105.21	106.01	103.79	105.00
5	GPRA	45.11	42.00	50.60	45.90
6	DUTI	26.88	34.29	30.19	30.45
7	PUDP	50.87	44.87	58.29	51.34
8	SMRA	159.32	157.15	158.60	158.36
9	SMDM	25.77	23.75	22.47	24.00
10	KIJA	90.95	94.69	5.27	63.64
11	DILD	107.54	118.18	104.25	109.99
12	LPCK	60.32	24.59	12.28	32.40
13	JRPT	58.50	57.49	50.83	55.61
14	FMII	17.54	39.30	42.14	32.99
15	GMTD	76.56	63.97	60.47	67.00

Sumber: Data sekunder diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa *Debt to Equity Ratio* yang paling tinggi pada tahun 2017, 2018, dan 2019 dimiliki oleh perusahaan SMRA dengan *Debt to Equity Ratio* masing-masing tahun secara berurutan sebesar 159.32%, 157.15%, dan 158.60%. Sedangkan, *Debt to equity ratio* terendah tahun 2017 dimiliki oleh perusahaan FMII sebesar 17.54%, dan ditahun 2018 dan 2019 *Debt to Equity Ratio* terendah di miliki oleh perusahaan SMDM dengan *Debt to equity ratio* masing-masing tahun secara berurutan sebesar 23.75% dan 22.47%. Kemudian, rata-rata *Debt to Equity Ratio* tertinggi dan terendah untuk periode tiga tahun masing-masing secara berurutan di miliki oleh perusahaan SMRA dan SMDM dengan nilai rata-rata sebesar 158.36% dan 24.00%.

Menurut (Hartono, 2013) pengertian dari harga saham adalah harga suatu saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh

permintaan dan penawaran di pasar modal. Semakin tinggi harga saham menandakan kondisi keuangan perusahaan yang baik. Harga saham yang digunakan dalam penelitian ini merupakan harga saham pada saat penutupan. Berikut ini merupakan data harga saham perusahaan-perusahaan selama masa penelitian:

Tabel 5. Rekapitulasi Data Harga Saham tahun 2017-2019

No	Kode	Harga saham (Rp)		
		2017	2018	2019
1	ASRI	356	312	238
2	BCIP	125	89	64
3	BSDE	1700	1255	1255
4	CTRA	1185	1010	1040
5	GPRA	103	110	76
6	DUTI	5400	4390	5000
7	PUDP	450	480	300
8	SMRA	945	805	1005
9	SMDM	106	138	119
10	KIJA	286	276	292
11	DILD	350	308	260
12	LPCK	3140	1475	1015
13	JRPT	900	740	600
14	FMII	515	700	470
15	GMTD	10175	15000	16000

Sumber: Data sekunder diolah (2021)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa Harga Saham yang paling tinggi pada tahun 2017, 2018, dan 2019 di miliki oleh perusahaan GMTD dengan Harga Saham masing-masing tahun secara berurutan sebesar Rp 10.175, Rp 15.000 dan Rp 16.000. Kemudian Harga Saham yang terendah pada tahun 2017 di miliki oleh perusahaan GPRA sebesar Rp 103, sedangkan pada tahun 2018 dan 2019 Harga Saham terendah di miliki oleh perusahaan BCIP dengan Harga Saham masing-masing tahun secara berurutan sebesar Rp 89 dan Rp 64.

Tabel 6. Hasil Uji t

Dependent Variable: LOG_SAHAM
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 04/18/21 Time: 12:18
Sample: 2017 2019
Periods included: 3
Cross-sections included: 15
Total panel (balanced) observations: 45
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.444791	0.728409	6.102054	0.0000
LOG_CR	-0.096978	0.144459	-0.671322	0.5058
LOG_NPM	0.233553	0.078380	2.979763	0.0048
LOG_DER	0.349226	0.111463	3.133111	0.0032

Sumber: Data yang telah diolah *views* 9 (2021)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individu atau parsial disetiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel 6, nilai t hitung variabel *Current Ratio*

sebesar -0.671322 lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1.683 ($-0.671322 < 1.682$). Uji t variabel *Current Ratio* dengan nilai probability lebih besar dari 0.05 yaitu 0.5058 ($0.5058 > 0.05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti *Current Ratio* tidak berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel *Net Profit Margin* sebesar 2.979763 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1.683 ($2.979763 > 1.682$). Uji t variabel *Net Profit Margin* dengan nilai probability lebih besar dari 0.05 yaitu 0.0048 ($0.0048 < 0.05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti *Net Profit Margin* berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.

Berdasarkan tabel 6, dapat di lihat bahwa nilai t hitung variabel *Debt to Equity Ratio* sebesar 3.133111 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1.683 ($3.133111 > 1.682$). Uji t variabel *Debt to Equity Ratio* dengan nilai probability lebih besar dari 0.05 yaitu 0.0032 ($0.0032 < 0.05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti *Debt to Equity Ratio* berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.

Uji F digunakan untuk melakukan uji hipotesis koefisien (slope) regresi secara bersamaan. Berikut hasil F yang diperoleh:

Tabel 7. Hasil Uji F

Dependent Variable: LOG_SAHAM				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 04/18/21 Time: 10:37				
Sample: 2017 2019				
Periods included: 3				
Cross-sections included: 15				
Total panel (balanced) observations: 45				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.444791	0.728409	6.102054	0.0000
LOG_CR	-0.096978	0.144459	-0.671322	0.5058
LOG_NPM	0.233553	0.078380	2.979763	0.0048
LOG_DER	0.349226	0.111463	3.133111	0.0032
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			1.284369	0.9741
Idiosyncratic random			0.209379	0.0259
Weighted Statistics				
R-squared	0.562541	Mean dependent var		1.601474
Adjusted R-squared	0.512775	S.D. dependent var		1.253636
S.E. of regression	1.615050	Sum squared resid		2.896098
F-statistic	3.644759	Durbin-Watson stat		1.666347
Prob(F-statistic)	0.020277			

Sumber: Data yang telah diolah *evIEWS* 9 (2021)

Berdasarkan perhitungan statistik, dapat di lihat bahwa nilai Fhitung yang di peroleh sebesar 3.6447 lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 3.220 ($3.6447 > 3.220$). Sehingga, H_0 ditolak dan

Ha diterima yang artinya *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, dan *Debt to Equity Ratio* secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham.

Menurut (Ghozali, 2011) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Suatu model dikatakan baik jika memiliki R^2 yang besar (mendekati 1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Dependent Variable: LOG_SAHAM				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 04/18/21 Time: 12:18				
Sample: 2017 2019				
Periods included: 3				
Cross-sections included: 15				
Total panel (balanced) observations: 45				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.444791	0.728409	6.102054	0.0000
LOG_CR	-0.096978	0.144459	-0.671322	0.5058
LOG_NPM	0.233553	0.078380	2.979763	0.0048
LOG_DER	0.349226	0.111463	3.133111	0.0032
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			1.284369	0.9741
Idiosyncratic random			0.209379	0.0259
Weighted Statistics				
R-squared	0.562541	Mean dependent var	1.601474	
Adjusted R-squared	0.512775	S.D. dependent var	1.253636	
S.E. of regression	1.615050	Sum squared resid	2.896098	
F-statistic	3.644759	Durbin-Watson stat	1.666347	
Prob(F-statistic)	0.020277			

Sumber: Data yang telah diolah *evIEWS 9* (2021)

Dari hasil koefisien determinasi yang disajikan pada tabel 8 dapat di lihat bahwa besarnya R^2 adalah $0.5625 = 56.25\%$. Artinya, variasi dalam harga saham dapat di jelaskan oleh variasi dalam variabel *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, dan *Debt to Equity Ratio* sebesar 56.27% . Sedangkan, nilai eror terms (e/ε) yang merupakan elemen variasi variabel dependen yang tidak dapat dijelaskan oleh semua variabel independen $\varepsilon = \sqrt{1 - 0.5625} = 0.4375$ atau 43.75% .

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka kesimpulan yang diambil dari penelitian mengenai pengaruh *Current*

Ratio, *Net Profit Margin* (NPM), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Harga Saham perusahaan properti dan real estate di BEI periode 2017-2019 adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Current Ratio* secara parsial mempunyai korelasi negatif dan tidak signifikan terhadap Harga Saham perusahaan Properti dan Real Estate. Hal ini menunjukkan bahwa fluktuasi nilai *Current Ratio* tidak mempengaruhi naik turunnya Harga Saham perusahaan Properti dan Real Estate. Hal itu tampak pada hasil perhitungan uji t dimana $t \text{ hitung } (-0.671322) < t \text{ tabel } (1.683)$.
2. Variabel *Net Profit Margin* (NPM) secara parsial mempunyai korelasi positif dan signifikan terhadap Harga Saham perusahaan Properti dan Real estate. Hal ini menunjukkan bahwa fluktuasi nilai *Net Profit Margin* (NPM) mempengaruhi naik turunnya Harga Saham perusahaan Properti dan Real Estate. Hal itu tampak pada hasil perhitungan uji t dimana $t \text{ hitung } (2.979763) > t \text{ tabel } (1.683)$.
3. Variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) secara parsial mempunyai korelasi positif dan signifikan terhadap Harga Saham perusahaan Properti dan Real estate. Hal ini menunjukkan bahwa fluktuasi nilai *Debt to Equity Ratio* (DER) mempengaruhi naik turunnya Harga Saham perusahaan Properti dan Real Estate. Hal itu tampak pada hasil perhitungan uji t dimana $t \text{ hitung } (3.133111) > t \text{ tabel } (1.683)$.
4. Variabel *Current Ratio*, *Net Profit Margin* (NPM), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham perusahaan Properti dan Real Estate. Hal ini menunjukkan bahwa fluktuasi nilai *Current Ratio*, *Net Profit Margin* (NPM), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) secara bersama-sama mempengaruhi naik turunnya Harga Saham perusahaan Properti dan Real Estate. Hal itu tampak pada hasil perhitungan uji F dimana $F \text{ hitung } (3.6447) > F \text{ hitung } (3.220)$.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, dapat diajukan beberapa rekomendasi, yaitu:

1. Sebaiknya peneliti selanjutnya dapat menggunakan rasio selain *Current Ratio*, *Net Profit Margin* (NPM), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang berasal dari Likuiditas, Profitabilitas, dan Solvabilitas. Sehingga penelitian selanjutnya yang dilakukan di perusahaan properti dan real estate kemungkinan dapat memberikan hasil yang berbeda dari penelitian ini. Selain faktor internal yang mempengaruhi harga saham, sebaiknya penelitian selanjutnya dapat menggunakan faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, inflasi, tingkat bunga dan lain-lain, sehingga informasi yang dikumpulkan oleh investor dan calon investor lebih lengkap.

2. Bagi investor maupun calon investor sebelum menentukan pembelian saham pada perusahaan properti dan real estate, sebaiknya menggunakan *Net Profit Margin* (NPM) yang merupakan salah satu rasio dari Profitabilitas dan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan salah satu rasio dari Solvabilitas, karena *Net Profit Margin* (NPM) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap harga saham. Jangan menggunakan *Current Ratio* karena tidak berpengaruh terhadap Harga Saham. Semakin tinggi *Net Profit Margin* (NPM) maka semakin tinggi harga saham. Kemudian, semakin rendah *Debt to Equity Ratio* (DER) maka semakin tinggi Harga Saham.

REFERENSI

- Adipalguna, Sudangga & suarjaya, Agung Gede. (2016), "Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, Profitabilitas, dan Penilaian Pasar Terhadap Harga Saham Perusahaan LQ45 di BEI", *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol.5, no.12, 7661-7662.
- Alfiah, Nurmala dan Diyani, Lucia Ari. (2017), "Pengaruh ROE dan DER Terhadap Harga Saham Pada Sektor Perdagangan Eceran". *Jurnal Bisnis Terapan*, vol.1, no.2, 53.
- Anah, Sri., Firdaus, Iwan., & Allifah, Erna. (2018), "Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio dan Price Book Value Terhadap Saham Pada Sub Sektor Transportasi yang Terdaftar di BEI periode 2012-2016", *Jurnal Ekonomi*, vol.23, no.3, 408.
- Darmadji, Tjiptono & Fakhruddin. Pasar Modal di Indonesia (Edisi 3). (2012), Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, Sandra. (2018)., Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kinerja Maqashid Syariah Index Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada bank umum syariah tahun 2012-2016). Skripsi. Prodi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri (UIN), Malang.
- Fahmi, Irham. (2014), Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2011), Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. (2013), Dasar-dasar Ekonometrika. Edisi Kelima. Mangungsong, R. C. Penerjemah. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanie, Ummu Putriana & Saifi, Muhammad. (2018), "Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio Leverage Terhadap Harga Saham (studi pada perusahaan indeks LQ45periode 2014-2016)", *Jurnal administrasi bisnis*, vol.58, no.1, 98.

- Hartono, Jogiyanto. (2013), Teori Portofolio dan analisis Investasi (edisi 8). Yogyakarta: BPFE.
- Hery. (2015), Analisis Kinerja manajemen. Jakarta: Grasindo.
- Hutapea, Alberta W., Saerang, Ivonne S. & Tulung, Joy E. (2017), “Pengaruh Return On Asset, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio, dan Total Asset Turnover Terhadap Harga Saham Indutri Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, Jurnal EMBA, vol.5, no.2, 550.
- Kasih, Theresia Dian Segara. (2017), Pengaruh Return On Asset, Return On Equity, dan Net Profit Margin Terhadap Harga Saham. Skripsi. Prodi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Kasmir. (2017), Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada, (2016). Kristiawan, Muhammad dkk. Manajemen Pendidikan. Yogyakarta: Deeplubish.
- Kundiman, Adriana & Hakim, Lukmanul. (2016), “Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Return On Equity Terhadap Harga Saham Pada Indeks LQ45 di BEI periode 2010-2014”, Among makarta, vol.9, no.18, 84.
- Kurniasih, Laras. (2017), “Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio, dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016”, Simki- Economic, vol.1, no.8, 9.
- Masruroh, Siti. (2017), “Pengaruh Debt to Equity Ratio (DER), Net Profit Margin (NPM), Return On Asset (ROA), dan Earning Per Share (EPS) Terhadap harga Saham Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016”, Simki-Economic, vol.1, no.8, 11.
- Nuriasari, Selvia. (2018), “Analisa Rasio Likuiditas Dalam Mengukur Kinerja Keuangan PT.Mustika Ratu, Tbk (tahun 2010-2016)”, Jurnal riset bisnis dan investasi, vol.4, no.2, 4.
- Octaviani, Santi & Komalasari, Dahlia. (2017), “Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Harga Saham (studi kasus pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”, Jurnal akuntansi, vol.3, no.2, 80.
- Priyadi, Toto. (2010), Analisis Laporan Keuangan (Teoridan Aplikasi). Jakarta: PPM (Pusat Pengembangan Manajemen).
- Pujiarti, Ellena Ratna. (2019), Pengaruh Solvabilitas dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham. Skripsi. Prodi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

- Puspitasari, Bella Febriana. (2017), "Pengaruh Earning Per Share, Dividen Per Share dan Price Earning Ratio Terhadap Harga Saham", Jurnal Akuntansi, vol.24, no.10, 2.
- Riyanti, Andini Nursiska. (2018), Analisis Regresi Data Panel Pada Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Harga Saham di Jakarta Islamic Index (JII). Skripsi. Prodi Statistika. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Rohmah, Miftahul. (2019), Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Rasio Aktivitas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Prodi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Sartono, R. Agus. (2011)., Manajemen Keuangan Terori dan Aplikasi (edisi 2). Yogyakarta: BPFE.
- Sudaryanti, Dedeh Sri & Sahroni, Nana. (2016), "Pengaruh Return On Equity, dan Debt To Equity Terhadap Price Earning Ratio (studi empiris pada PT. Holcim Indonesia Tbk)", Jurnal Ekonomi manajemen, vol.2, no.1, 43.
- Sutrisno. (2012), Manajemen Keuangan Teori Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Ekonisia.
- Tyas, Rizqi Aning & Saputra, Rishi Septa. (2016), "Analisi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham (studi kasus perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014)", Jurnal online insan akuntan, vol.1, no.1, 70-91.
- Umam, Muhammad Subhan Nurul., Wijayanto, Edi & Kodir, Mochammad Abdul. (2019), "Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Net Profit Margin dan Firm Size Terhadap Earning Per Share (studi pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang tercatat di BEI periode 2014-2018)", Keunis majalah ilmiah, vol.7, no.2, 108.
- Wardiyah, Mia Lasmi, (2017), Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Pustaka Setia.
- Wulandari, (2019), Ade Indah dan Badja, Ida Bagus. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI)", E- Jurnal Manajemen, vol.8, no.9, 5735.
- Yulia. (2016), "Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas Terhadap Return Saham (studi pada perusahaan indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)", Jurnal khatulistiwa informatika, vol.4, no.2, 195.

www.idx.co.id, diakses pada tanggal 01 April 2021

Pengaruh *Current Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Working Capital Turnover* terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Industri Semen di PT Bursa Efek Indonesia

Murniwati ^{1*)}, Ahmad Firmanto ²⁾

¹⁾²⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author: murniwati1963@gmail.com, Jakarta, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v2i2.2185>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh rasio lancar, perputaran total aktiva dan perputaran modal kerja terhadap laba bersih, baik secara parsial maupun simultan. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan Semen Gersik, Indocement dan Holcim yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2010 s/d 2012. Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dengan desain deskriptif. Penelitian dilakukan dengan mencari data sekunder. Data penelitian diolah dengan analisa statistik dengan uji: uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t dan uji koefisien analisis determinasi. Metode dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program komputer *Eviews* versi 7. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa data telah memenuhi uji asumsi klasik, seperti tidak ada multikolinearitas, tidak ada autokorelasi, tidak ada heteroskedastisitas dan didistribusikan secara normal. Penelitian ini menunjukkan bahwa rasio lancar, perputaran total aktiva dan perputaran modal kerja berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Kata Kunci: Rasio Lancar, Perputaran Total Aktiva, Perputaran Modal Kerja, Laba Bersih

Abstract

The aim of this research is to determine the effect of the current ratio, total asset turnover and working capital turnover on net profit, both partially and simultaneously. The samples in this research were the companies Semen Gersik, Indocement and Holcim which were listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) from 2010 to 2012. This research is quantitative research with a descriptive design. The research was carried out by looking for secondary data. The research data was processed using statistical analysis with tests: classical assumption test, multiple linear regression test, t test and coefficient of determination analysis test. The method in this research is Multiple Linear Regression Analysis using the Eviews version 7 computer program. The research results show that the data has met the classical assumption tests, such as no multicollinearity, no autocorrelation, no heteroscedasticity and is normally distributed. This research shows that the current ratio, total asset turnover and working capital turnover have a significant effect on net profit.

Keywords: *Current Ratio, Total Asset Turnover, Working Capital Turnover, Net Profit.*

PENDAHULUAN

Pendanaan perusahaan pada dasarnya dibedakan menjadi dua yaitu sumber pendanaan *internal* dan sumber pendanaan *external*. Pendanaan yang berasal dari *internal* adalah dana yang dihasilkan sendiri di dalam perusahaan dari laba ditahan dan penyusutan. Sedangkan sumber pendanaan *external* adalah sumber yang berasal dari luar perusahaan didapat dari

supplier, bank dan pasar modal. *Supplier* memberikan dana kepada perusahaan di dalam bentuk penjualan barang secara kredit, baik untuk jangka pendek, maupun untuk jangka menengah. Bank adalah lembaga kredit yang mempunyai tugas utama memberikan kredit di samping pemberian jasa-jasa lain di bidang keuangan.

Sumber pendanaan *external* bagi perusahaan yang didapat dari pasar modal yaitu dengan menjual saham, obligasi atau instrumen pasar modal lainnya. Pasar modal dikatakan memiliki fungsi ekonomi karena pasar modal menyediakan fasilitas atau wahana yang mempertemukan dua kepentingan yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana (*investor*) dan pihak yang memerlukan dana (*issuer/emiten*). Agar modal *external* yang bersumber dari pasar modal didapat, perusahaan perlu melakukan proses penawaran umum yang ditetapkan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang dulu dikenal dengan BAPEPAM-LK (Badan Pengawas Pasar Modal-Lembaga Keuangan). Penawaran umum perdana (IPO) merupakan kegiatan perusahaan untuk menjual sahamnya kepada publik melalui pasar modal. Transaksi penawaran umum perdana atau IPO dilakukan oleh emiten (perusahaan yang akan *go public*) untuk pertama kalinya dilaksanakan di pasar perdana (*primary market*) dengan tujuan agar perusahaan mendapatkan dana sebesar saham yang ditawarkan, lalu proses selanjutnya diperjualbelikan di pasar sekunder (*secondary market*) atau Bursa Efek sesuai ketentuan yang diatur oleh OJK.

Investor yang mempunyai kelebihan dana dapat membeli saham perusahaan di pasar sekunder dengan tujuan berinvestasi dan saham yang sudah dibeli oleh *investor* memiliki hak kepemilikan perusahaan sebesar nilai saham yang dibelinya. Akan tetapi investasi di pasar modal memiliki resiko yaitu resiko *capital loss* dan resiko likuidasi. Sedangkan keuntungan (*profit*) berinvestasi di pasar modal yaitu dengan mendapatkan deviden dan *capital gain*. Untuk mengurangi resiko, *investor* dapat menganalisis dari prospectus yang dibuat oleh perusahaan. Didalamnya prospectus terdapat informasi-informasi yang dapat digunakan untuk menganalisis prospek kedepan perusahaan apakah layak untuk menanamkan modalnya. Prospectus juga memuat informasi laporan keuangan untuk menilai kinerja perusahaan yang dilihat dari laporan laba/rugi. Karena laba adalah salah satu ukuran untuk menilai kinerja perusahaan.

Dari prospektus yang disampaikan oleh emiten seharusnya menggambarkan kondisi perusahaan masa lalu dan ramalan dimasa yang akan datang. Dari semua informasi yang ada, informasi yang akan datang dalam bentuk ramalan umumnya menjadi perhatian para

calon *investor*, sehingga dalam pembuatan keputusan investasi, *investor* lebih menekankan informasi yang menyangkut kejadian dimasa yang akan datang dibandingkan informasi histories yang berupa neraca, laporan arus kas, dan laporan rugi/laba (Hariantodan Siswanto, 1998: 177). Beberapa faktor yang akan mempengaruhi ketepatan prediksi laba adalah:

1. Periode waktu antara pembuatan peramalan laba dengan realisasi labayang dicapai. Menemukan bahwa semakin pendek interval waktu, akan semakin akurat ramalan tersebut (Harianto dan Siswanto, 1998: 180).
2. Besaran perusahaan karena skala ekonomi yang berbeda-beda Perusahaan yang mempunyai skala ekonomi yang tinggi bisa membuat ramalan yang tepat karena kemungkinan dapat mempunyai data dan informasi yang cukup lengkap (Harianto dan Siswanto, 1998: 181).
3. Umur perusahaan adalah umur sejak berdirinya hingga perusahaan tersebut masih tetap mampu menjalankan operasinya. Pengalaman mengelola bisnis membuat manajemen mengetahui banyak tentang lingkungan bisnis. Jadi, sebelum membuat ramalan laba, manajemen mempertimbangkan lingkungan bisnis yang berpengaruh terhadap ramalan laba. Management perusahaan yang relatif muda diperkirakan kurang berpengalaman sehingga tidak cukup mampu menentukan ketepatan ramalan laba (Harianto dan Siswanto, 1998: 183).
4. Penjamin emisi mempunyai peranan kunci dalam setiap emisi efek melalui pasar modal. Dengan demikian integritas penjamin emisi mempunyai hubungan dengan ketepatan informasi ramalan laba didalam prospectus. Penjamin emisi dalam mengevaluasi perusahaan senantiasa berhati-hati untuk menjaga kredibilitasnya karena penjamin ingin memeberikan hasil yang maksimal kepada para pemakai, dalam hal ini adalah masyarakat sebagai calon investor (Harianto dan Siswanto, 1998: 183).
5. Ramalan laba harus diperiksa oleh akuntan public. Oleh karenanya auditor harus menjamin bahwa informasi keuangan prospektif yang disajikan telah sesuai dengan pedoman penyajian laporan keuangan prospektif. Oleh karena itu, auditor adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat ketepatan ramalan laba (Harianto dan Siswanto, 1998: 185).
6. Salah satu kewajiban manajer adalah mengatur resiko. Jadi manager melakukan apa saja yang memungkinkan untuk mengurangi resiko. Tingkat leverage merupakan salah satu hal yang mencerminkan resiko perusahaan. Salah satu jalan untuk menurunkan resiko

tersebut adalah meningkatkan aktiva perusahaan. Oleh karena itu manajer dapat memanipulasi ramalan laba karena laba merupakan salah satu cermin prospek di masa yang akan datang (Harianto dan Siswanto, 1998: 185).

7. Kalau investor dapat memprediksi bias ramalan laba di prospektus, investor akan dapat membentuk harga yang sesuai dengan prediksinya. Apabila ramalan laba terlalu pesimistis, investor akan membuat harga saham tinggi sehingga premium menjadi besar. Sebaliknya kalau ramalan harga saham optimistik, dan investor memprediksi bias tersebut, maka akan membuat harga saham yang rendah (Harianto dan Siswanto: 1998, 186).

Laporan laba-rugi merupakan salah satu laporan keuangan utama perusahaan yang melaporkan hasil kegiatan dalam meraih keuntungan untuk periode akuntansi tertentu. Laporan keuangan melaporkan posisi keuangan perusahaan pada waktu tertentu, maupun operasinya selama beberapa periode sebelumnya, sehingga laporan keuangan dapat digunakan untuk memprediksi masa depan (Suprihatmi, 2006: 10). Laba merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup (*going concern*) suatu perusahaan. Kelangsungan hidup perusahaan hanya dapat dipertahankan jika perusahaan memperoleh keuntungan dan dapat meningkatkan kesejahteraan (*welfare*) perusahaan tersebut. Kinerja perusahaan dapat dinilai melalui informasi yang terkandung dalam laporan keuangan (Sry, Arfan, dan Shabri, 2013: 45).

Selain laporan rugi/laba investor bisa menghitung nilai rasio keuangan perusahaan untuk meminimalisir resiko yang didapat. Analisis rasio digunakan dengan mengukur hubungan antara unsur-unsur laporan keuangan yang merupakan dasar untuk menginterpretasikan kondisi keuangan dan hasil operasi suatu perusahaan. Analisis laporan keuangan khususnya mencurahkan perhatian pada perhitungan rasio agar dapat mengevaluasi kondisi finansial masa lalu, sekarang, dan memproyeksikan hasil atau laba dimasa yang akan datang.

Dari latar belakang diatas penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan pengujian lebih lanjut kajian terdahulu mengenai rasio keuangan, khususnya yang menyangkut kegunaanya dalam memprediksi pengaruh rasio keuangan terhadap laba bersih. Pemilihan laba bersih dikarenakan laba mencerminkan kinerja perusahaan, dari perhitungan rasio keuangan apakah mempunyai pengaruh atau tidak terhadap laba bersih perusahaan. Penulis tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh *Current Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Working Capital Turover* terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Industri Semen di PT Bursa Efek Indonesia”.

METODE PELAKSANAAN

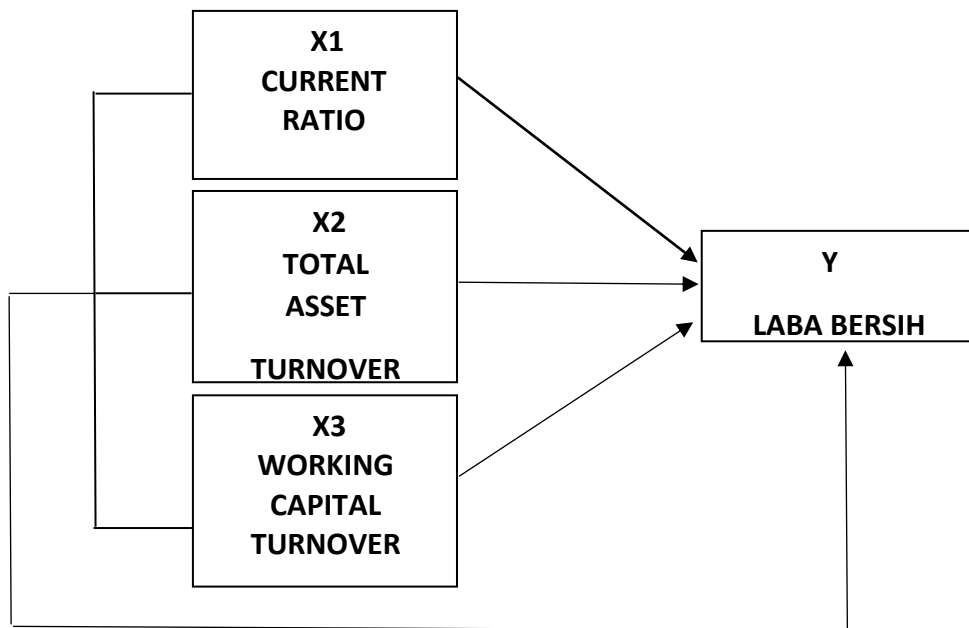
Tempat dan waktu diadakan penelitian adalah di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan cara membuka situs resmi BEI di www.idx.co.id, www.semengersik.com, www.indocement.co.id dan www.holcim.com. Waktu penelitian adalah dari 2010 s/d 2012. Penelitian ini merupakan penelitian regresi menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana pendekatan ini lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk mendapatkan penaksiran kuantitatif yang menjelaskan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan Semen Gersik, Indocement dan Holcim yang tercatat di Bursa Efek Indonesia BEI dari tahun 2010 s/d 2012. Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling dari tahun 2010 s/d 2012. Metode purposive sampling adalah metode pengumpulan sampel dengan memilih sampel mempunyai kriteria lebih mengutamakan tujuan penelitian dari pada sifat populasi dalam menentukan sample penelitian.

Dalam memperoleh data untuk penelitian ini, yaitu berupa data sekunder yang kemudian akan diolah kembali, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data penelitian yakni Dokumen/Arsip/literatur kepustakaan/hasilpeneliian sebelumnya. Dokumen dan arsip mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan fokus penelitian merupakan salah satu sumber data yang penting dalam penelitian. Dokumen yang dimaksud dapat berupa dokumen tertulis, gambar/foto. Data statistik, laporan penelitian sebelumnya, tulisan-tulisan ilmiah merupakan dokumen penting yang perlu ditelusuri untuk memperkaya data yang dikumpulkan.

Sesuai dengan permasalahan dan bentuk data yang bersifat panel, serta kepentingan pengujian hipotesis, maka teknik yang digunakan dalam menganalisa data adalah teknik analisis kuantitatif dan komparatif melalui metode statistik, menggunakan program aplikasi perangkat lunak *Eviews 7* sebagai alat untuk menguji data tersebut.

Berdasarkan perumusan dan tujuan penelitian, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran pengaruh rasio likuiditas dan rasio aktivitas terhadap laba bersih sebagaimana pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Skematik Kerangka Pikir

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesa 1

Ho1: Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan *current ratio* terhadap laba bersih.

Ha1: Diduga terdapat pengaruh signifikan *current ratio* terhadap laba bersih.

Hipotesa 2

Ho2: Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan *total asset turnover* terhadap laba bersih.

Ha2: Diduga terdapat pengaruh signifikan *total asset turnover* terhadap laba bersih.

Hipotesa 3

Ho3: Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan *working capital turnover* terhadap laba bersih.

Ha3: Diduga terdapat pengaruh signifikan *working capital turnover* terhadap laba bersih.

Hipotesa 4

Ho4: Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* secara bersama-sama terhadap laba bersih.

Ha4: Diduga terdapat pengaruh signifikan *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* secara bersama-sama terhadap laba bersih.

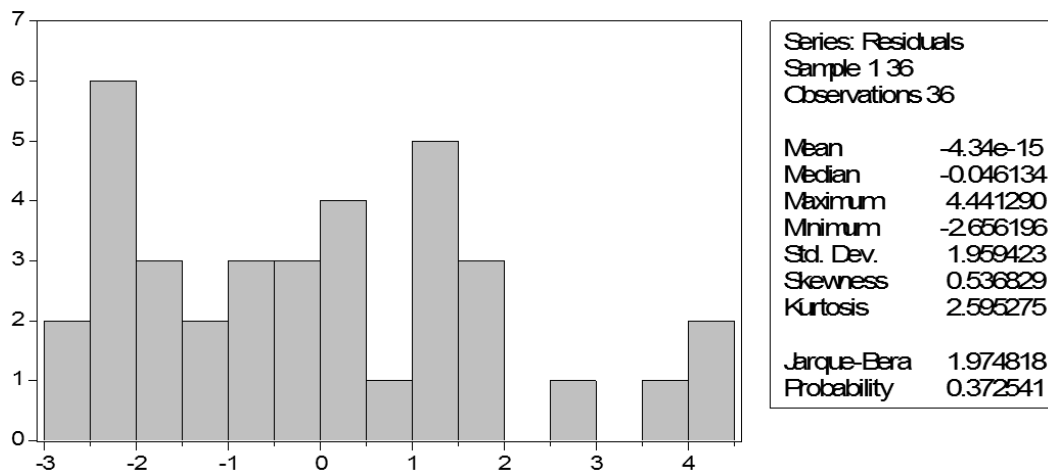
HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan sektor industri semen yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010 s/d 2012. Setelah data populasi tersebut terkumpul kemudian dilakukan penyeleksian melalui metode *purposive sampling* dengan memasukkan kriteria tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya guna mendapatkan sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan Semen Gersik, Indocement dan Semen Holcim yang tercatat di Bursa Efek Indonesia BEI dari tahun 2010 s/d 2012.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, ataupun keduanya memiliki distribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis *Jarque-Bera* dan Analisis Deskriptif. Jika nilai *Jarque-Bera* di atas X^2 (tabel *chi-square*) maka data dikatakan tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai *Jarque-Bera* di bawah X^2 (tabel *chi-square*) maka data dikatakan berdistribusi normal (Rahmanta, 2009: 24). Selain itu juga diperlukan uji deskriptif, tujuan pengujian statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran keadaan variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini secara garis besar. Analisis deskriptif ini akan menunjukkan nilai rata-rata, standar deviasi, nilai maksimum dan minimum tiap variabel yang ada.

Tabel 1. Analisa Deskriptif

	LABA	CURRENT_ RATIO	TOTAL_ASET_ TURNOVER	WORKING_CAPITAL_ TRUNOVER
Mean	11.78548	1.023843	-0.864431	0.779068
Median	13.24406	0.945994	-0.817289	0.683556
Maximum	15.37647	2.126381	-0.081500	2.878431
Minimum	6.687109	0.194462	-1.844723	-0.941952
Std. Dev.	3.070211	0.612188	0.531870	0.990189
Skewness	-0.570588	0.411584	-0.405181	0.298851
Kurtosis	1.604523	1.849405	1.833916	2.451638
Jarque-Bera	4.874455	3.002213	3.024655	0.986923
Probability	0.087403	0.222883	0.220396	0.610510
Sum	424.2773	36.85833	-31.11950	28.04643
Sum Sq. Dev.	329.9169	13.11708	9.900990	34.31663
Observations	36	36	36	36



Sumber: Data sekunder diolah Eviews 7

Gambar 2. Uji Normalitas

Apabila residual data berdistribusi normal maka grafik akan berbentuk menyerupai lonceng. Hasil pengujian histogram tampak terlihat simetris dan bila dibentuk garis di tiap titiknya maka akan membentuk pola lonceng yang menandakan pola distribusi normal, selain itu *Jarque-Bera* yang dilakukan menggunakan program *Eviews 7* pada penelitian ini menghasilkan hitungan sebesar 1.975 dengan probability 0.372. Jika dilihat berdasarkan nilai chi-squares dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ dan $df = 4$, maka nilai chi-squaresnya adalah sebesar 9.488.

Berdasarkan hasil tersebut tampak bahwa nilai statistik uji Jarque-Bera adalah $JB (1.975) < X^2(9.488)$ atau $p\text{-value} (0.372) > \alpha (0,05)$ maka hipotesis nol gagal ditolak yang artinya residual dari model penelitian terdistribusi normal sehingga uji t dan uji F bisa dilakukan untuk melihat signifikansi model.

Uji multikoloneliritas bertujuan untuk mengkaji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas penting untuk dilakukan karena dalam analisis regresi terdapat asumsi bahwa variabel independen harus terbebas gejala multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Uji multikolinieritas akan diuji dengan meregresikan variabel independen. Dengan menghitung koefisien antar variabel independen apabila koefisiennya rendah maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas, sebaliknya jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya 0,80), maka hal tersebut mengindikasikan adanya multikolinearitas (Gurajati, 2006: 43).

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

	CURRENT_ RATIO	TOTAL_ASET_ TURNOVER	WORKING_CAPITAL _TRUNOVER
CURRENT_ RATIO	1	0.048230	-0.764392
TOTAL_ASET_ TURNOVER	0.048230	1	0.480594
WORKING_CAPITAL _TRUNOVER	-0.764392	0.480594	1

Sumber: Data sekunder diolah Eviews 7

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai koefisien antar variabel bebas dalam penelitian didapat nilai koefisien terendah dimiliki antara variable *current ratio* dan *working capital turnover* yaitu sebesar -0.764 sedangkan nilai koefisien tertinggi dimiliki antar variable *total asset turnover* dan *working capital turnover* yaitu sebesar 0.4805, nilai tersebut masih rendah dibandingkan dengan 0.80 yaitu nilai yang menurut Gurajati merupakan batas maksimum suatu variabel dikatakan tidak memiliki korelasi antar variabel atau terbebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 3. Uji Glejser

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	1.989602	Prob. F(3,32)	0.1353
Obs*R-squared	5.659304	Prob. Chi-Square(3)	0.1294
Scaled explained SS	4.368281	Prob. Chi-Square(3)	0.2243

Test Equation:

Dependent Variable: ARESID

Method: Least Squares

Date: 06/07/14 Time: 19:44

Sample: 1 36

Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.443657	1.448530	3.067701	0.0044
CURRENT_RATIO	-1.172565	0.667446	-1.756794	0.0885
TOTAL_ASET_TURNOVER	0.924844	0.564828	1.637391	0.1113
WORKING_CAPITAL_TRUNOVER	-1.084989	0.470008	-2.308449	0.0276
R-squared	0.157203	Mean dependent var		1.598392
Adjusted R-squared	0.078191	S.D. dependent var		1.100674
S.E. of regression	1.056767	Akaike info criterion		3.052746
Sum squared resid	35.73624	Schwarz criterion		3.228692
Log likelihood	-50.94942	Hannan-Quinn criter.		3.114156
F-statistic	1.989602	Durbin-Watson stat		2.684239
Prob(F-statistic)	0.135320			

Sumber: Data sekunder diolah Eviews 7

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedastisitas yaitu nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap. Dalam penelitian ini untuk melakukan Uji Heteroskedastisitas penulis akan menggunakan uji glejser. Masalah heterokedastisitas terjadi jika varian tidak konstan (heterokedastisitas) dan terjadi hubungan yang kuat antar residual. Jika residual tidak nol tidak masalah bagi estimator OLS, hanya akan mempengaruhi intersep bukan slope estimatornya. Data-data time series jarang mengalami gangguan ini, tetapi masalah heteroskedastisitas sering dialami oleh data *cross section*.

Nilai *Obs*R-Squared* pada hasil di tabel adalah 5.659 dan nilai probabilitasnya adalah 0.129 (lebih besar dari $\alpha = 5\%$), maka bahwa data tersebut bersifat homoskedastisitas atau data terbebas masalahheteroskedastisitas.

Serial korelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah serial korelasi timbul karena residual tidak bebas atas suatu observasi ke observasi lainnya. Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Uji Autokorelasi yang digunakan dalam model ini dapatdilihat melalui nilai uji D – W.

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Dependent Variable: LABA				
Method: Least Squares				
Date: 06/07/14 Time: 19:42				
Sample: 1 36				
Included observations: 36				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.453326	2.808894	-2.297462	0.0283
CURRENT_RATIO	8.772311	1.294266	6.777826	0.0000
TOTAL_ASET_TURNOVER	-5.454401	1.095277	-4.979928	0.0000
WORKING_CAPITAL_TRUNOVER	5.830547	0.911408	6.397297	0.0000
R-squared	0.592695	Mean dependent var		11.78548
Adjusted R-squared	0.554510	S.D. dependent var		3.070211
S.E. of regression	2.049214	Akaike info criterion		4.377228
Sum squared resid	134.3768	Schwarz criterion		4.553175
Log likelihood	-74.79011	Hannan-Quinn criter.		4.438639
F-statistic	15.52173	Durbin-Watson stat		1.679628
Prob(F-statistic)	0.000002			

Sumber: Data sekunder diolah Eviews 7

Berdasarkan hasil analisis regresi yang diperoleh melalui Eviews 7 pada tabel sebelumnya,

nilai Durbin Watson didapat sebesar 1.680, maka dari perhitungan tersebut hasil DW – test dapat dilihat padagambar sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Tabel *Durbin-Watson*

Korelasi positif	Tidak ada kesimpulan	Tidak ada korelasi	Tidak ada kesimpulan	Korelasi negative
0 - 1,421	1,421- 1,674	1,674 - 2,326	2,326 - 2,326	2,326 – 4
1.680				

Sumber: olah data peneliti

Dari uji autokorelasi sebagaimana diagram diatas nilai DW = 1.680. Artinya data tidak terdapat masalah autokorelasi antara anggota observasi satu dengan observasi lainnya yang berlainan waktu.

Analisa regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh suatu variable bebas terhadap variable terikatnya dilihat dari besarnya nilai *coefficient*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (independent) yaitu current ratio, total asset turnover dan working capital turnover terhadap variabel terikat (dependent) yaitu laba bersih.

Tabel 6. Hasil Analisa Regresi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.453326	2.808894	-2.297462	0.0283
CURRENT_RATIO	8.772311	1.294266	6.777826	0.0000
TOTAL_ASET_TURNOVER	-5.454401	1.095277	-4.979928	0.0000
WORKING_CAPITAL_TRUNOVER	5.830547	0.911408	6.397297	0.0000

Sumber: Data sekunder diolah Eviews 7

Koefisien regresi variable *current ratio* bernilai positif yaitu 8.772 hal ini menunjukkan bahwa variable bebas (independent) yaitu *current ratio* mempunyai pengaruh positif terhadap variable bebas (dependent) yaitu laba bersih. Artinya apabila *current ratio* naik sebesar satu kali, akan meningkat laba bersih sebesar 8.772 pada perusahaan industri semen yang tercatat di Bursa Efek.

Koefisien regresi variable *total asset turnover* bernilai negatif yaitu -5.454 hal ini menunjukkan bahwa variable bebas (independent) yaitu *total asset turnover* mempunyai pengaruh negatif terhadap variable bebas (dependent) yaitu laba bersih. Artinya apabila *total asset turnover*

naik sebesar satu kali, akan menurunkan laba bersih sebesar -5.454 pada perusahaan industri semen yang tercatat di Bursa Efek.

Koefisien regresi variable *working capital turnover* bernilai positif yaitu 5.8305 hal ini menunjukkan bahwa variable bebas (independent) yaitu *working capital turnover* mempunyai pengaruh positif terhadap variable bebas (dependent) yaitu laba bersih. Artinya apabila *working capital turnover* naik sebesar satu kali, akan meningkat laba bersih sebesar 5.8305 pada perusahaan industri semen yang tercatat di Bursa Efek.

Uji F-test ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dalam hal ini adalah *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* secara simultan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Berikut ini merupakan kriteria pengambilan keputusan dan hipotesis yang digunakan dalam uji F:

H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $P-value > \alpha$

H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $P-value < \alpha$

Dengan menggunakan program *Eviews 7* diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.592695	Mean dependent var	11.78548
Adjusted R-squared	0.554510	S.D. dependent var	3.070211
S.E. of regression	2.049214	Akaike info criterion	4.377228
Sum squared resid	134.3768	Schwarz criterion	4.553175
Log likelihood	-74.79011	Hannan-Quinn criter.	4.438639
F-statistic	15.52173	Durbin-Watson stat	1.679628
Prob(F-statistic)	0.000002		

Sumber: Data sekunder diolah *Eviews 7*

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa hasil uji F_{hitung} sebesar 15.522 dengan probabilitas sebesar 0.000. Dengan menggunakan dasar keputusan seperti diatas, diketahui F_{tabel} df (0.05, k-1, n-k) dengan df = 3, 32, nilai F_{tabel} sebesar 2.901. Maka data dengan F_{hitung} (15.522) > F_{tabel} (2.901), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga artinya variabel bebas yang terdiri dari adalah *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* secara simultan memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih.

Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikatnya secara parsial. Hasil analisis antara variabel bebas yaitu yang terdiri dari *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap

variabel terikatnya yaitu laba bersih. Adapun hipotesis dan kriteria yang digunakan untuk pengambilan keputusan pada uji t ini adalah sebagai berikut:

Dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel}

Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.453326	2.808894	-2.297462	0.0283
CURRENT_RATIO	8.772311	1.294266	6.777826	0.0000
TOTAL_ASET_TURN OVER	-5.454401	1.095277	-4.979928	0.0000
WORKING_CAPITAL_TRUNOVER	5.830547	0.911408	6.397297	0.0000

Sumber: Data sekunder diolah Eviews 7

Berdasarkan tabel, maka hasil uji t parsial masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa hasil uji T_{hitung} sebesar 6.778 dengan probabilitas sebesar 0.000. Dengan menggunakan dasar keputusan seperti diatas, diketahui T_{tabel} df (0.05, n-k) dengan df = 32, nilai T_{tabel} sebesar 2.037. Maka data dengan T_{hitung} (6.778) > T_{tabel} (2.037), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga artinya variabel bebas *current ratio* secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih.

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa hasil uji T_{hitung} sebesar -4.980 dengan probabilitas sebesar 0.000. Dengan menggunakan dasar keputusan seperti diatas, diketahui T_{tabel} df (0.05, n-k) dengan df = 32, nilai T_{tabel} sebesar 2.037. Maka data dengan T_{hitung} (-4.980) > T_{tabel} (2.037), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga artinya variabel bebas *total asset turnover* secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih.

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa hasil uji T_{hitung} sebesar 6.397 dengan probabilitas sebesar 0,000. Dengan menggunakan dasar keputusan seperti diatas, diketahui T_{tabel} df (0.05, n-k) dengan df = 32, nilai T_{tabel} sebesar 2.037. Maka data dengan T_{hitung} (6.397) > T_{tabel} (2.037), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga artinya variabel bebas *working capital turnover* secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependennya (Nathaniel, 2008). Hasil perhitungan

Koefisien Determinasi (R^2) dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7 dengan menggunakan program *Eviews 7*.

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat diterangkan oleh model dalam persamaan ini adalah sebesar 0.5926 atau sebesar 59.3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat laba bersih, yang diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 59.3% dan sisanya sebesar 40.7% dijelaskan oleh variabel diluar model. Atau dalam bahasa akademisnya variasi *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* mampu menjelaskan/ memberikan pengaruh terhadap variasi laba bersih sebesar 59.3% sedangkan sisanya sebesar 40.7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain selain *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang dapat diambil penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Current Ratio*

Hasil uji t dengan T_{hitung} sebesar 6.778 dan probabilitas sebesar 0.000. Diketahui T_{tabel} df (0.05, n-k) dengan df = 32, nilai T_{tabel} sebesar 2.037. Dengan T_{hitung} (6.778) > T_{tabel} (2.037), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Kesimpulannya adalah variabel bebas *current ratio* secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih.

2. *Total Asset Turnover*

Hasil uji t dengan T_{hitung} sebesar -4.980 dan probabilitas sebesar 0.000. Diketahui T_{tabel} df (0.05, n-k) dengan df = 32, nilai T_{tabel} sebesar 2.037. Dengan T_{hitung} (-4.980) > T_{tabel} (2.037), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Kesimpulannya adalah variabel bebas *total asset turnover* secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih.

3. *Working Capital Turnover*

Hasil uji t dengan T_{hitung} sebesar 6.397 dan probabilitas sebesar 0.000. Diketahui T_{tabel} df (0.05, n-k) dengan df = 32, nilai T_{tabel} sebesar 2.037. dengan T_{hitung} (6.397) > T_{tabel} (2.037),

yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Kesimpulannya adalah variabel bebas *working capital turnover* secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih.

4. Kesimpulan variable bebas dan terikat secara Bersama-sama (simultan).

Hasil uji f dengan F_{hitung} sebesar 15.522 dan probabilitas sebesar 0.000. Diketahui F_{tabel} df (0.05, k-1, n-k) dengan df = 3, 32, nilai F_{tabel} sebesar 2.901. Dengan hipotesis F_{hitung} (15.522) > F_{tabel} (2.901), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Kesimpulannya adalah variabel bebas yang terdiri dari adalah *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* secara simultan memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu laba bersih.

5. Koefisien Determinasi

Variabel bebas *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat laba bersih, yang diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 59.3% dan sisanya sebesar 40.7% dijelaskan oleh variabel di luar model. Kesimpulannya adalah *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* mampu menjelaskan / memberikan pengaruh terhadap variasi laba bersih sebesar 59.2% sedangkan sisanya sebesar 40.7% dijelaskan oleh factor-faktor lain selain *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, dapat diajukan beberapa rekomendasi, yaitu:

1. Bagi investor

Investor maupun calon *investor* perlu berhati-hati dalam membuat keputusan investasi, salah satu caranya ialah dengan memahami informasi yang berhubungan dengan analisa laporan keuangan, sehingga dengan informasi tersebut *investor* dapat melakukan berbagai analisis. Rasio keuangan seperti *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* suatu perusahaan dapat menjadi salah satu acuan *investor* dalam melakukan investasi.

2. Bagi perusahaan

Perusahaan diharapkan memiliki kebijakan yang tepat dengan memperhatikan laporan rasio laporan keuangan, yaitu *current ratio*, *total asset turnover* dan *working capital turnover* dalam menjalankan bisnisnya sehingga ketiga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

3. Bagi peneliti lain

- a. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengangkat bahasan lebih lanjut mengenai topik yang sama disarankan untuk dapat menambah variabel bebas pada model regresi yang diduga mempunyai pengaruh yang signifikan, sehingga variasi variabel terikatnya dapat diterangkan lebih besar atas variabel-variabel bebas yang dimasukkan.
- b. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk dapat menggunakan sampel yang lebih banyak dengan karakteristik yang lebih beragam ataupun dengan menambah periode penelitian yang dilakukan.

REFERENSI

- Agus dan Sri, (2012), *Efisiensi Modal Kerja, Likuiditas dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI*, Jurnal: Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Semarang Indonesia, Semarang
- Ainita, Harun, (2013), *Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Laba Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.
- Andy, (2005), *Analisa Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Laba Masa Yang Akan Datang*, Skripsi, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
- Belkoui, (2001), *Teori akuntansi*, Terjemahan oleh Budhi Pujihanrto dari Accounting Theory
- Danny, (2014), *Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011*.
- Dian dan Astuti, (2005), *Analisa Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Kinerja Pada Perusahaan di Industri Food and Beverage Yang Terdaftar di BEJ*, Jurnal: Universitas Kristen Duta Wacana.
- Farid, Harianto dan Siswanto, (1998), *Perangkat dan Teknik Analisis, Investasi di Pasar Modal*, PT Bursa Efek Jakarta.
- Ferry dan Wati, (2004). *Pengaruh Informasi Laba, Aliran Kas, dan Komponen Aliran Kas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia*, Simposium Nasional Akuntansi VII.
- Ghozali, Imam, (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang, BPUNDIP.

- Gujarati, Damodar, (2006), *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hansen dan M, Owen, (2009), *Terjemahan Deny Arnos. Akuntansi manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery. (2012), *Mengenal Dan Memahami Laporan Keuangan*, Yogyakarta: CAPS.
- Munawir. (2002). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Ndaru, (2012), *Analisa Manfaat Rasio Keuangan dalam memprediksi pertumbuhan laba*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rahmanta, (2009), *Applikasi Eviews dalam Ekonometrika*, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Rarasti dan Susanto, (2009), *Analisa Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Kinerja Keuangan Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal, Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret.
- Riadi, (2012), <http://www.kajianpustaka.com>.
- Riyanto, (2008), *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yogyakarta.
- Sawir, (2005), *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuanga*, Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Samsul, Mohammad, (2006), *Pasar Modal & Manajemen Portofolio*, Jakarta: Erlangga.
- Sry, Arfan, dan Shabri, (2013), *Pengaruh Profitabilitas, Operating Profit Margin (OPM), dan Financial Leverage Terhadap Perataan Laba (Income Smoothing) Pada Perusahaan Blue Chip Di Indonesia*, Jurnal Akuntansi, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh.
- Sugiyono, (2005), *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suprihatmi, (2006), “*Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kemampuan Memprediksi Perubahan Laba Pada Perusahaan-perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di PT Bursa Efek Jakarta*”, Jurna; Ekonomi Dan Kewirausahaan Vol. 6, No 1. Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riadi Surakarta.
- Syamsuddin, (1994), *Managemen Keuangan*, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal.
- Weston, J, Fred and Coperland, (1994), *Management Keuangan*, Jakarta.
- www.holcim.com.
- www.idx.co.id.
- www.indocement.co.id.
- www.semenindonesia.com
- <https://journal.thamrin.ac.id/index.php/ileka/article/view/2185>

Pengaruh Indeks Harga Saham Gabungan, Inflasi dan Kurs terhadap Harga Saham PT Kalbe Farma Tbk

Murniwati^{1*)}, Fany Wijono²⁾

¹⁾²⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author: murniwati1963@gmail.com, Jakarta, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v2i2.2186>

Abstrak

Penelitian ini untuk menguji bagaimana pengaruh Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Inflasi, dan Kurs terhadap harga saham secara simultan dan secara parsial. Masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu "Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dan secara parsial antara Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Inflasi, dan Kurs terhadap Harga Saham PT Kalbe Farma Tbk (KLBF)". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis yaitu secara simultan (uji-F) dan secara parsial (uji-t) dengan tingkat signifikansi 5%. Pengolahan data menggunakan program komputer Eviews versi 7.0. Data yang digunakan adalah data bulanan dari Januari 2009 sampai Desember 2013. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independent berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF hasil secara simultan (uji-F), hal ini ditunjukkan dengan $F_{hitung} (480.4015) > F_{tabel} (2.77)$ sedangkan hasil parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variabel Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang paling signifikan mempengaruhi Harga Saham KLBF yaitu sesuai dengan $t_{hitung} (22.50410) > t_{tabel} (2.000)$. Hasil Parsial variabel Inflasi juga signifikan mempengaruhi Harga Saham KLBF yaitu sesuai dengan $t_{hitung} (2.010792) > t_{tabel} (2.000)$, dan hasil parsial variabel Kurs juga signifikan mempengaruhi Harga Saham KLBF yaitu sesuai dengan $t_{hitung} (7.824977) > t_{tabel} (2.000)$. Kemudian hasil uji determinasi (R-Square) adalah sebesar 0.962597 yang berarti variabel Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Inflasi, dan Kurs mempengaruhi Harga Saham KLBF sebesar 96.25%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa walaupun banyak faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Saham KLBF, tetapi faktor Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Inflasi dan Kurs merupakan tiga faktor yang sangat kuat mempengaruhi Harga Saham KLBF sedangkan faktor-faktor lain hanya 3,75%.

Kata Kunci: Indeks Harga Saham Gabungan, Inflasi, Kurs, Harga Saham

Abstract

This research is to test the influence of the Composite Stock Price Index (IHSG), Inflation and Exchange Rates on stock prices simultaneously and partially. The problem formulated in this research is "Is there a significant influence simultaneously and partially between the Composite Stock Price Index (IHSG), Inflation and the Exchange Rate on the Share Price of PT Kalbe Farma Tbk (KLBF)". The method used in this research is a quantitative method using Multiple Linear Regression Analysis and hypothesis testing. Hypothesis testing is carried out simultaneously (F-test) and partially (t-test) with a significance level of 5%. Data processing uses the Eviews version 7.0 computer program. The data used is monthly data from January 2009 to December 2013. The results of this study show that all independent variables have a significant effect on the KLBF share price results simultaneously (F-test), this is shown by $F_{count} (480.4015) > F_{table} (2.77)$ while Partial results (t-test) show that the Composite Stock Price Index (IHSG) variable that most significantly influences the KLBF Share Price is in accordance with $t_{count} (22.50410) > t_{table} (2,000)$. The partial results of the inflation variable also significantly influence the KLBF share price, namely in accordance with $t_{count} (2.010792) > t_{table} (2,000)$, and the partial results of the exchange rate variable also significantly influence the KLBF share price, namely in accordance with $t_{count} (7.824977) > t_{table} (2,000)$. Then the result of the determination test (R-Square) is 0.962597, which means that the Composite Stock Price Index (IHSG), Inflation and Exchange Rate variables influence the KLBF Share Price by 96.25%. Thus, it can be concluded that although there are many factors that influence the KLBF share price, the

Composite Stock Price Index (IHSG), inflation and exchange rate are three factors that very strongly influence the KLBF share price, while other factors are only 3.75%.

Keywords: *Composite Stock Price Index, Inflation, Exchange Rate, Stock Prices*

PENDAHULUAN

Masyarakat dewasa ini mulai menyadari akan pentingnya perencanaan keuangan guna mencapai tujuan hidup melalui manajemen keuangan secara terencana. Dimana perencanaan keuangan merupakan proses yang berkelanjutan untuk menentukan dan mencapai tujuan investasi secara terkoordinasi dan terintegrasi yang mencakup kebutuhan manajemen risiko, investasi, pajak, pensiun dan pendidikan anak.

Dengan demikian manfaat dari perencanaan keuangan tersebut dapat dirasakan dengan adanya arah dan arti atas keputusan finansial bagi setiap orang dan keluarganya untuk menjadi alat agar dapat mencapai kebutuhan- kebutuhan keuangan mereka dimasa sekarang dan dimasa akan datang yang bebas secara finansial dari risiko apapun yang terjadi.

Menurut Mangasa Simatupang dalam bukunya yang berjudul Investasi Saham Dan Reksa Dana, yang dimaksud dengan perencanaan keuangan adalah setiap individu yang dapat melakukan prinsip-prinsip dari apa yang dilakukan oleh perencana keuangan untuk mendapatkan kebebasan secara finansial.

Investasi sangatlah erat kaitannya dengan perencanaan keuangan. Dalam rangka menggapai kebebasan finansial dalam perencanaan keuangan, sudah saatnya melakukan investasi sedini mungkin, dengan kata lain setiap individu yang telah memperoleh penghasilan atau telah memiliki dana atau penghasilan yang dimilikinya tersebut untuk melakukan investasi.

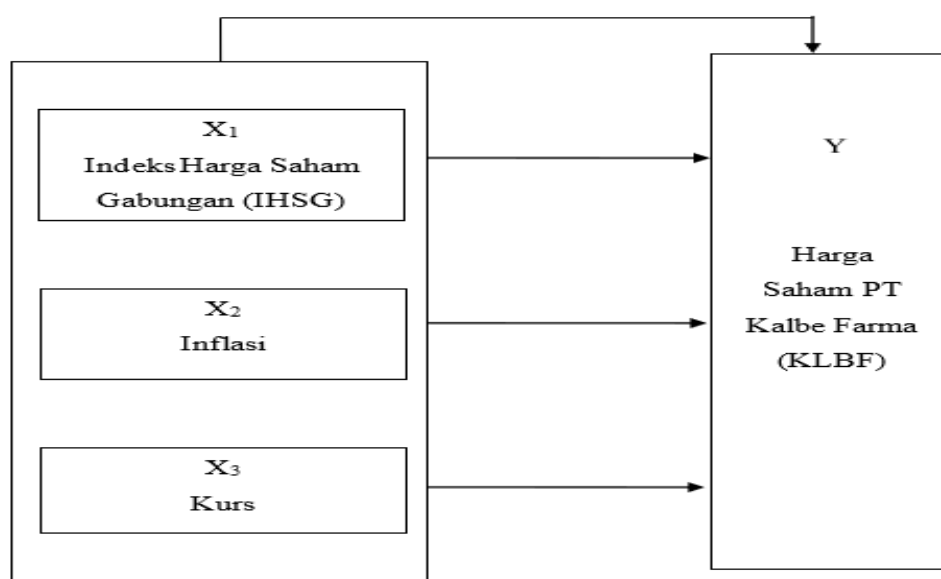
Tahun 2009 merupakan masa-masa sulit bagi perekonomian negara- negara berkembang, karena terkena dampak dari krisis global. Tahun 2010 mulai bangkit dari keterpurukan. Setelah mengalami periode pertumbuhan, sepanjang tahun 2013 perekonomian Indonesia mulai merasakan dampak ketidakpastian perekonomian global yang berkepanjangan. Ditengah kondisi seperti ini, industri farmasi dan produk konsumen kesehatan terus meraih kinerja positif didukung oleh tumbuhnya kelas konsumen, masih rendahnya pengeluaran untuk kesehatan serta ekspektasi diberlakukannya skema Jaminan Kesehatan Nasional di Indonesia.

Berdasarkan banyaknya penghargaan yang diraih oleh PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) yang selanjutnya akan disebut Kalbe, salah satunya berturut-turut mendapatkan Penghargaan *Investor Awards* sebagai Emiten terbaik untuk sektor rokok, farmasi, dan keperluan rumah tangga, berbagai penghargaan untuk produk-produk unggulan Kalbe seperti *Indonesia Brand Champion* untuk Promag, *Indonesia Best Brand Award* untuk sepuluh tahun berturut-turut (2004-2013) untuk kategori obat maag yaitu promag, *Indonesia Consumer Satisfaction Award* untuk Extra Joss, dan masih banyak lagi. Kalbe juga terdaftar dalam saham LQ45 mulai periode Februari 2009 – Juli 2010 dan tetap konsisten terdaftar dalam saham LQ45 sampai saat ini.

Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Harga Saham KLBF, sehingga melakukan analisis terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Inflasi, dan Kurs. Oleh karena itu, penelitian mengambil judul “Pengaruh Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Inflasi, dan Kurs terhadap Harga Saham PT Kalbe Farma Tbk”.

METODE PELAKSANAAN

Variabel-variabel didalam penelitian ini adalah Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Inflasi, dan Kurs sebagai variabel independen (variabel bebas) dan Harga Saham PT Kalbe Farma (KLBF) sebagai variabel dependen (variabel terikat). Sehingga kerangka pikir yang terbentuk adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan model gambar 1 tersebut menunjukkan bahwa variabel independen terdiri dari IHSG (X_1), Inflasi (X_2), dan Kurs (X_3) sedangkan variabel dependennya Harga Saham PT Kalbe Farma (Y). Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat data kuantitatif, dan data sekunder menurut sumbernya. Menurut Cahya Suryana (2010) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber data yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Penelitian ini mengutamakan pada pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil analisis yang mendalam dan komperhensif terhadap variable bebas, yaitu IHSG (X_1), Inflasi (X_2), dan Kurs (X_3) serta variabel terikat, yaitu (Y) Harga Saham KLBK, sehingga dapat menghasilkan informasi guna menarik kesimpulan dan dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data bulanan sektor perbankan terpublikasi yaitu Kurs dan Inflasi yang diterbitkan oleh Bank Indonesia, dan data bulanan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dan Harga Saham KLBK yang diperoleh dari website *yahoo finance*.

Dalam penelitian ini teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Berdasarkan teknik pengambilan sampel tersebut, diperoleh jumlah sampel (n) sebanyak 60 sampel; yang terdiri dari data bulanan IHSG, Inflasi, Kurs, dan Harga Saham KLBK selama 5 tahun mulai dari Januari 2009 hingga Desember 2013.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah PT Kalbe Farma Tbk diawali dari garasi rumah pendirinya di wilayah Jakarta Utara tahun 1966 sebagai perusahaan produk farmasi dengan prinsip-prinsip dasar, yaitu inovasi, merek yang kuat, dan manajemen prima. PT Kalbe Farma merupakan perusahaan yang bergerak dibidang farmasi, perdagangan, dan perwakilan. Kalbe mengelola portofolio bisnis kesehatan yang terdiversifikasi dengan berbagai bidang usaha yang meliputi sembilan kategori, dari usaha dibidang obat dan resep, produk kesehatan, produk nutrisi dan layanan distribusi produk kesehatan, hingga usaha dibidang pemasaran peralatan medis dan diagnostik, pelayanan kesehatan, biofarmasi, produk perawatan mata dan bisnis internasional. Dengan portofolio bisnis yang beragam ini, Kalbe dapat menawarkan solusi kesehatan terintegrasi bagi para konsumen, sejalan dengan sasaran Perseroan untuk menjadi

pemain terdepan yang menawarkan solusi kesehatan paling komprehensif di industri kesehatan.

Sampai saat ini Kalbe didukung lebih dari 17.000 karyawan, termasuk 6.000 tenaga penjual dan pemasaran, kegiatan usaha perseroan mencakup seluruh wilayah kepulauan Indonesia dan keberadaan dipasar internasional yang terus berkembang. Di Indonesia, Kalbe mampu menjangkau 70% dokter umum, 90% dokter spesialis, 100% rumah sakit, 100% apotek untuk pasar-pasar obat resep serta 80% untuk pasar produk kesehatan dan nutrisi. Dipasar internasional, perseroan telah hadir dipasar Asia Tenggara dan Afrika, serta menjadi perusahaan produk kesehatan nasional yang dapat bersaing dipasar ekspor.

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian memiliki variabel residual yang berdistribusi normal, dengan hipotesis sebagai berikut:

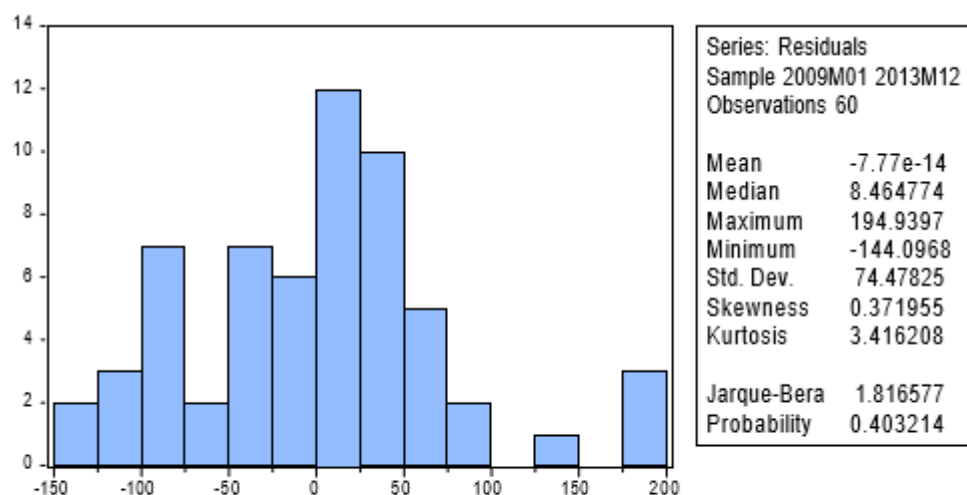
H0: Variabel Residual pada Model Regresi yang digunakan berdistribusi normal

H1: Variabel Residual pada Model Regresi yang digunakan tidak berdistribusi normal

Dengan ketentuan, apabila:

Nilai JB hitung < Chi Squares: Gagal menolak H0

Nilai JB hitung > Chi Squares: Menolak H0, Menerima H1



Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan *EViews 7.0*

Gambar 2. Hasil Pengujian Normalitas

Hasil pengujian histogram tampak terlihat simetris dan bila dibentuk garis di tiap titiknya maka akan membentuk pola lonceng yang menandakan pola distribusi normal, selain itu *Jarque-Bera* yang dilakukan menggunakan program *Eviews 7.0* pada penelitian ini

menghasilkan hitungan sebesar 1.816577 dengan probability 0.403214. Jika dilihat berdasarkan nilai *Chi Squares* dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ dan $df = 4$, maka nilai *Chi Squares* adalah sebesar 9.49. Berdasarkan hasil tersebut tampak bahwa nilai statistik uji *Jarque-Bera* adalah $JB (1.816577) < X^2 (9.49)$ atau $p\text{-value} (0.403214) > \alpha (0,05)$, maka hipotesis nol gagal ditolak yang artinya residual dari model penelitian terdistribusi normal sehingga uji t dan uji F bisa dilakukan untuk melihat signifikansi model.

Pengujian terhadap ada tidaknya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metode koefisien korelasi antara variabel independen. Jika koefisien korelasi antar variabel independen diatas 0.85 maka diduga ada multikolinieritas dalam model. Sebaliknya jika koefisien korelasi antar variabel independen dibawah 0,85 maka tidak terdapat gejala multikolinieritas dalam model.

Tabel 1. Hasil Pengujian Multikolinearitas

	IHSG	INFLASI	KURS
IHSG	1.000000	0.086991	-0.185840
INFLASI	0.086991	1.000000	0.566717
KURS	-0.185840	0.566717	1.000000

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan *EViews 7.0*

Dari hasil uji koefisien korelasi antar variabel independen, tidak terdapat multikolinearitas antara variabel-variabel independen IHSG, Inflasi, dan Kurs.

Hasil perhitungan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

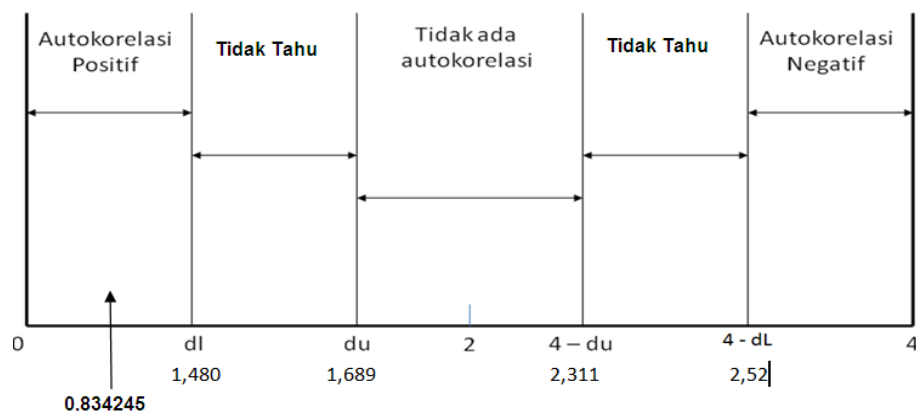
Dependent Variable: HARGA_KLBF
Method: Least Squares
Date: 06/06/14 Time: 13:12
Sample: 2009M01 2013M12
Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1918.553	129.5513	-14.80921	0.0000
IHSG	0.389387	0.010851	35.88338	0.0000
INFLASI	1503.379	694.0579	2.166072	0.0346
KURS	0.120707	0.013712	8.802889	0.0000
R-squared	0.962597	Mean dependent var		694.0167
Adjusted R-squared	0.960593	S.D. dependent var		385.1022
S.E. of regression	76.44718	Akaike info criterion		11.57542
Sum squared resid	327273.6	Schwarz criterion		11.71504
Log likelihood	-343.2625	Hannan-Quinn criter.		11.63003
F-statistic	480.4015	Durbin-Watson stat		0.834245
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan *EViews 7.0*

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Uji Autokorelasi yang digunakan dalam model ini dapat dilihat melalui nilai uji D – W.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang diperoleh melalui *Eviews 7.0* pada tabel 2, nilai *Durbin Watson* didapat sebesar 0.834245, dengan menggunakan nilai signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$), variabel independen 3 ($k = 3$), dan jumlah data $n = 60$, besarnya DW – tabel : d_L (batas luar) = 1.480 dan d_U (batas dalam) = 1.689, $4 - d_U = 2.311$, dan $4 - d_L = 2.520$, maka dari perhitungan tersebut kesimpulan hasil DW – test dapat dilihat pada gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Durbin Watson

Kesimpulan dari uji autokorelasi sebagaimana diagram diatas maka nilai $DW = 0.834245$, berada di wilayah ada masalah Autokorelasi yakni diantara: $0.834245 (DW) < 1.480 (d_L)$. Artinya ada masalah Autokorelasi antara anggota observasi satu dengan observasi lainnya yang berlainan waktu, dalam penelitian.

Dengan adanya masalah Autokorelasi maka estimator OLS tidak menghasilkan estimator yang BLUE karena estimator tidak memiliki varian yang minimum, artinya: 1) Perhitungan *standard error* metode OLS tidak bisa dipercaya kebenarannya. 2) Interval estimasi dan uji hipotesis t dan f tidak bisa digunakan untuk evaluasi hasil regresi.

Oleh karenanya perlu dilakukan penyembuhan dengan menggunakan metode *HAC Standard Error* dan *Covariance* yang dikembangkan oleh *Newey White* dan *Kenneth* yang terdapat pada program *Eviews 7.0*. Hasil penyembuhan masalah Autokorelasi Positif tampak pada tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Penyembuhan Masalah Autokorelasi

Dependent Variable:

HARGA_KLBFMethod: Least
Squares

Date: 06/06/14 Time: 13:17

Sample: 2009M01 2013M12

Included observations: 60

HAC standard errors & covariance (Bartlett kernel, Newey-West
fixedbandwidth = 4.0000)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1918.553	177.9617	-10.78071	0.0000
IHSG	0.389387	0.017303	22.50410	0.0000
INFLASI	1503.379	747.6552	2.010792	0.0492
KURS	0.120707	0.015426	7.824977	0.0000
R-squared	0.962597	Mean dependent var	694.0167	
Adjusted R-squared	0.960593	S.D. dependent var	385.1022	
S.E. of regression	76.44718	Akaike info criterion	11.57542	
Sum squared resid	327273.6	Schwarz criterion	11.71504	
Log likelihood	-343.2625	Hannan-Quinn criter.	11.63003	
F-statistic	480.4015	Durbin-Watson stat	0.834245	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan *EViews 7.0*

Hasil penyembuhan Autokorelasi dengan *Metode HAC standard errors & covariance* yang dikembangkan *Newey, Whitney* dan *Kenneth*, menghasilkan estimasi hasil regresi yang menyajikan standar error yang lebih konsisten pada Variabel Bebas IHSG memiliki se : 0.017303 (0.010851), Variabel Bebas INFLASI memiliki se : 747.6552 (694.0579) dan Variabel Bebas KURS memiliki se : 0.015426 (0.013712), sehingga selanjutnya dapat dilakukan evaluasi uji hipotesis yakni uji *t* pada variabel – variabel independen IHSG 22.50410 dengan probabilitas (0.0000), INFLASI 2.010792 dengan probabilitas (0.0492) dan KURS 7.824977 dengan probabilitas (0.0000) terhadap variabel dependen Harga Saham KLBF. Begitu pula uji hipotesa yakni uji *f* dimana variabel IHSG, Inflasi, dan Kurs secara bersama-sama signifikan terhadap Harga Saham KLBF 480.4015 dengan probabilitas (0.000000).

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel 3 diatas diperoleh koefisien untuk variabel bebasnya masing-masing, IHSG = 0.389387, Inflasi = 1503.379 dan Kurs = 0.120707 dengan intersep/konstanta sebesar -1918.553. Sehingga dari hasil tersebut model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y \text{ (Harga Saham)} = -1918.553 + 0.389387\text{IHSG} + 1503.379 \text{ Inflasi} + 0.120707 \text{ Kurs} + e$$

Nilai konstanta sebesar -1918.553 menggambarkan bahwa apabila IHSG, Inflasi, dan Kurs, mempengaruhi secara konstan terhadap Harga Saham KLBF (Y), maka Harga Saham KLBF tetap bernilai 1918.553 poin.

Dari hasil perhitungan diatas, variabel IHSG terlihat memiliki korelasi yang positif terhadap Harga Saham KLBF. Bila nilai IHSG naik maka nilai Harga Saham KLBF akan mengalami kenaikan. Begitu pula sebaliknya apabila nilai IHSG turun maka akan mendorong turunnya nilai Harga Saham KLBF. Hal ini tampak jelas pada hasil analisa regresi dimana variabel IHSG sebesar 0.389387, menandakan adanya korelasi positif IHSG terhadap Harga Saham KLBF, artinya apabila nilai IHSG meningkat 1 poin, maka nilai Harga Saham KLBF akan mengalami kenaikan sebesar 0.389387 poin. Begitupun sebaliknya, apabila nilai IHSG menurun sebesar 1 poin maka nilai Harga Saham KLBF akan mengalami penurunan sebesar 0.389387 poin.

Hasil perhitungan dari variabel INFLASI terlihat mempunyai korelasi positif terhadap Harga Saham KLBF. Naiknya nilai INFLASI akan mendorong naiknya nilai Harga Saham KLBF. Begitu pula sebaliknya, apabila nilai INFLASI mengalami penurunan, maka akan mendorong menurunnya nilai Harga Saham KLBF. Hal ini tampak jelas pada hasil analisa regresi dimana variabel INFLASI sebesar 1503.379, menandakan adanya korelasi positif terhadap Harga Saham KLBF, artinya apabila nilai INFLASI naik sebesar 1%, maka nilai Harga Saham KLBF akan naik sebesar 1503.379 poin. Begitupun sebaliknya, apabila nilai INFLASI turun sebesar 1% maka nilai Harga Saham KLBF akan mengalami penurunan sebesar 1503.379 poin.

Hasil perhitungan untuk variabel KURS terlihat pula memiliki korelasi yang positif terhadap Harga Saham KLBF. Hal ini mengindikasikan apabila nilai KURS naik, maka Harga Saham KLBF akan turut pula meningkat. Begitu pula sebaliknya, apabila nilai KURS turun, maka nilai Harga Saham KLBF akan pula ikut mengalami penurunan. Hal ini tampak jelas pada hasil analisa regresi dimana variabel KURS sebesar 0.120707 artinya apabila nilai KURS naik sebesar Rp 1,-, maka nilai Harga Saham KLBF akan mengalami kenaikan sebesar 0.120707 poin. Begitupun sebaliknya, apabila nilai KURS turun sebesar Rp 1,-, maka nilai Harga Saham KLBF akan mengalami penurunan sebesar 0.120707 poin.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dalam hal ini adalah IHSG,

Inflasi, dan Kurs secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu Harga Saham KLBF. Dengan menggunakan program *Eviews 7.0* diperoleh hasil perhitungan pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji F

R-squared	0.962597	Mean dependent var	694.0167
Adjusted R-squared	0.960593	S.D. dependent var	385.1022
S.E. of regression	76.44718	Akaike info criterion	11.57542
Sum squared resid	327273.6	Schwarz criterion	11.71504
Log likelihood	-343.2625	Hannan-Quinn criter.	11.63003
F-statistic	480.4015	Durbin-Watson stat	0.834245
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan *EViews 7.0*

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa hasil uji F_{hitung} sebesar 480.4015 dengan probabilitas sebesar 0.000000. Dasar pengambilan keputusan untuk uji F-test ini adalah sebagai berikut:

H_0 : IHSG, Inflasi dan Kurs secara Bersama-sama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF

H_1 : IHSG, INFLASI dan KURS secara Bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF

Dengan menggunakan dasar keputusan seperti diatas, diketahui berdasarkan F_{tabel} dengan $df = 3,56$ dengan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2.77. Maka dapat disimpulkan F_{hitung} (480.4015) > F_{tabel} (2.77), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Artinya variabel bebas yang terdiri dari adalah IHSG, INFLASI dan KURS secara Bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu Harga Saham Kalbe Farma.

Uji t ini dilakukan untuk mengetahui ada / atau tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikatnya secara parsial.

Tabel 5. Hasil Uji t

Dependent Variable:
HARGA_KLBF
Method: Least Squares
Date: 06/06/14 Time:
13:17
Sample: 2009M01
2013M12
Included observations: 60
HAC standard errors & covariance (Bartlett kernel, Newey-West
fixedbandwidth = 4.0000)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1918.553	177.9617	-10.78071	0.0000
IHSG	0.389387	0.017303	22.50410	0.0000
INFLASI	1503.379	747.6552	2.010792	0.0492
KURS	0.120707	0.015426	7.824977	0.0000

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan *EViews 7.0*

Hasil analisis antara variabel bebas yaitu yang terdiri dari IHSG, Inflasi, dan Kurs terhadap variabel terikatnya yaitu Harga Saham KLBF, dapat dilihat pada tabel 5 dengan menggunakan program *Eviews 7*. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel IHSG diperoleh t_{hitung} sebesar 22.50410. dengan probabilitas sebesar 0.0000. Dasar pengambilan keputusan untuk variabel IHSG sebagai berikut:

H_0 : Variabel IHSG tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF

H_1 : Variabel IHSG memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF

Dengan menggunakan dasar keputusan seperti diatas, diketahui berdasarkan tabel distribusi t dua sisi pada $df = 56$ (60) dengan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2.000. Maka dapat disimpulkan t_{hitung} (22.50410) $>$ t_{tabel} (2.000), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga hipotesis pertama yang diajukan menyatakan IHSG berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF dapat diterima.

Hasil perhitungan selanjutnya dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel INFLASI diperoleh t_{hitung} sebesar 2.010792 dengan probabilitas sebesar 0.0492. Dasar pengambilan keputusan untuk variabel INFLASI sebagai berikut:

H_0 : Variabel INFLASI tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF

H_1 : Variabel INFLASI memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF

Berdasarkan tabel distribusi t dua sisi pada $df = 56$ (60) dengan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2.000. Maka dapat disimpulkan t_{hitung} (2.010792) $>$ t_{tabel} (2.000), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan INFLASI berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF dapat diterima.

Hasil perhitungan selanjutnya dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel KURS diperoleh t_{hitung} sebesar 7.824977 dengan probabilitas sebesar 0.0000. Dasar pengambilan keputusan untuk variabel KURS sebagai berikut:

H_0 : Variabel KURS tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF

H_1 : Variabel KURS memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF

Berdasarkan tabel distribusi t dua sisi pada $df = 56$ (60) dengan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2.000. Maka dapat disimpulkan t_{hitung} (7.824977) $>$ t_{tabel} (2.000), yang artinya menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan KURS berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF dapat diterima.

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependennya (Nathaniel, 2008). Hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 6 sebelumnya dengan menggunakan program *Eviews 7*.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

R-squared	0.962597	Mean dependent var	694.0167
Adjusted R-squared	0.960593	S.D. dependent var	385.1022
S.E. of regression	76.44718	Akaike info criterion	11.57542
Sum squared resid	327273.6	Schwarz criterion	11.71504
Log likelihood	-343.2625	Hannan-Quinn criter.	11.63003
F-statistic	480.4015	Durbin-Watson stat	0.834245
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan *EViews 7.0*

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat diterangkan oleh model dalam persamaan ini adalah sebesar 0.962597 atau sebesar 96.25%. Hal inimenunjukkan bahwa besar pengaruh IHSG, INFLASI dan KURS terhadap Harga Saham KLBF yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 96.25% dan sisanya sebesar 3.75% dijelaskan oleh variabel diluar model. Atau dalam bahasa akademisnya variasi IHSG, INFLASI dan KURS mampu menjelaskan/memberikan pengaruh terhadap variasi Harga Saham KLBF sebesar 96.25% sedangkan sisanya sebesar 3.75% dijelaskan oleh faktor – faktor lain selain IHSG, INFLASI dan KURS, yang tidak dimasukan dalam model regresi ini.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai pengaruh IHSG, inflasi dan kurs terhadap Harga Saham KLBF adalah sebagai berikut:

Variabel IHSG secara parsial mempunyai korelasi yang positif dan signifikan terhadap Harga Saham KLBF. Hal ini menggambarkan bahwa pergerakan naik turunnya nilai IHSG sangat mempengaruhi pergerakan naik turunnya Harga Saham KLBF. Tampak dari hasil perhitungan dimana $t_{hitung} (22.50410) > t_{tabel} (2.000)$. Jika nilai IHSG naik maka Harga Saham KLBF akan naik begitu juga sebaliknya, jika nilai IHSG turun maka Harga Saham KLBF akan turun juga.

Variabel Inflasi secara parsial mempunyai korelasi yang positif dan signifikan terhadap Harga Saham KLBF. Hal ini memperlihatkan bahwa fluktuasi nilai inflasi sangat mempengaruhi naik turunnya Harga Saham KLBF. Tampak dari hasil perhitungan dimana $t_{hitung} (2.010792) > t_{tabel} (2.000)$. Kondisi ini menunjukkan bahwa adanya hubungan searah antara Inflasi dengan Harga Saham KLBF. Jika nilai Inflasi naik maka Harga Saham KLBF akan naik begitu juga sebaliknya, jika nilai Inflasi turun maka Harga Saham KLBF akan turun juga.

Variabel Kurs secara parsial mempunyai korelasi yang positif dan signifikan terhadap Harga Saham KLBF. Hasil ini memperlihatkan bahwa KURS sangat mempengaruhi naik turunnya Harga Saham KLBF, dimana tampak hasil perhitungan $t_{hitung} (7.824977) > t_{tabel} (2.000)$. Kondisi ini menunjukkan bahwa adanya hubungan searah antara Kurs dengan Harga Saham KLBF. Jika nilai Kurs naik maka Harga Saham KLBF akan naik begitu juga sebaliknya, jika nilai Kurs turun maka Harga Saham KLBF akan turun juga.

Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan (uji F), maka diketahui bahwa IHSG, INFLASI dan KURS secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Harga Saham KLBF. Tampak dari hasil perhitungan dimana $F_{hitung} (480.4015) > F_{tabel} (2.77)$. Sedangkan besarnya tingkat pengaruh antara variabel independen yaitu IHSG, Inflasi dan Kurs terhadap Harga Saham KLBF yaitu sebesar 0.962597 atau sebesar 96.25%.

Adapun rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Bagi Investor, berdasarkan hasil perhitungan regresi, maka terlihat ketiga variabel yang teliti yaitu, IHSG, Inflasi, dan Kurs memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Harga Saham KLBF. Sehingga investor dapat menjadikan ketiga variabel tersebut untuk memprediksi Harga Saham KLBF dan mengambil keputusan yang tepat sehubungan dengan keperluan investasinya.

Bagi penulis, penelitian ini memberikan manfaat berupa pengetahuan baru dibidang pasar modal, khususnya dalam hal IHSG, Inflasi, dan Kurs. Melalui penelitian ini penulis dapat mengetahui hubungan antara IHSG, Inflasi dan Kurs terhadap Harga Saham KLBF. IHSG, Inflasi, dan Kurs memiliki hubungan positif.

Bagi Perusahaan, harus memperhatikan makro ekonomi di Indonesia, khususnya ketiga variabel dalam penelitian ini, dan dapat memberikan gambaran informasi yang jelas kepada investor. Pengaruh dari variabel-variabel IHSG, Inflasi, dan Kurs dalam memprediksi Harga Saham PT Kalbe Farma Tbk selama periode tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 sebesar

96.25% dimana hal ini mengindikasikan faktor-faktor tersebut tetap dapat dimasukan sebagai prediktor untuk memprediksi Harga Saham PT Kalbe Farma Tbk.

Untuk penelitian mendatang perlu dilakukan hal-hal sebagai berikut: Memperpanjang periode penelitian, dan penggunaan data mungkin bisa diperluas pada masing-masing tahun. Mengembangkan objek penelitian dengan menggunakan data per sektor industri. Mengembangkan variabel bebas diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Arifin, Ali. (2007). Membaca Saham. Yogyakarta: Penerbit Andi. Bank Indonesia, Inflasi 2009 - 2013, Jakarta: www.bi.go.id
- Bank Indonesia, NilaiTukar Rupiah Terhadap Dollar AS 2009 - 2013, Jakarta www.bi.go.id
- Darmadji, Fakhruddin. (2006). Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab. Jakarta: Salemba Empat.
- Fabozzi, Frank J. (2000). Manajemen Investasi, Jakarta: Salemba Empat.
- Heriawan, Rusman. (2010). Inflasi 2010 Capai 6,96 Persen. <http://idsaham.com/news-saham-Inflasi-2010-Capai-696-Persen-158331.html>.
- Kisah Terpuruknya Rupiah & IHSG di 2013. <http://economy.okezone.com/read/2013/12/24/278/916693/kisah-terpuruknya-rupiah-ihsg-di-2013/large>, Desember 2013.
- Murtianingsih. (2012). Variabel Ekonomi Makro dan Indeks Harga Saham Gabungan. Jurnal, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Asia Malang.
- Nachrowi, Usman. (2006). Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Pane, Anri Ayen. (2009). Pengaruh Risiko Sistematis, Nilai Tukar, Suku Bunga, dan Inflasi Terhadap Harga Saham Pada Industri tekstil di Bursa Efek Jakarta. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatra Utara.
- Raharjo, Sugeng. (2010). Pengaruh Inflasi, Nilai Kurs Rupiah, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Harga Saham di Bursa Efek Indonesia. Fakultas Ekonomi, STIE "AUB" Surakarta.

- Sari, Deny Ika Nurendah. (2012). Pengaruh Tingkat Inflasi, Tingkat Suku Bunga SBI, IHSG, dan Kurs Dollar AS Terhadap Harga Saham Perbankan. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
- Simatupang, Mangasa. (2010). Pengetahuan Praktis Investasi Saham dan Reksadana. Jakarta: MitraWacana Media.
- Salamun, Suyono. (2012). Pengantar Akuntansi, Jakarta: Institute of Financial Market.
- Undang-undang Pasar Modal No.8 Tahun 1995.
- Utomo, Satrio. (2011). IHSG Ditutup Naik 3,2% Selama Tahun 2011.
<http://investasi.kontan.co.id/news/ihsg-ditutup-naik-32-selama-tahun-2011>.
- Utomo, Satrio. (2011). Proyeksi IHSG Tahun 2012.
<http://pasarmodal.inilah.com/read/detail/1809827/inilah-proyeksi-ihsg-2012#.U6OyLEBqMZw>, Desember 2011.
- Yahoo Finance, Indeks Harga Saham Gabungan 2009 – 2013, Jakarta: www.yahoofinance.com.
- Yudhoyono, Susilo Bambang dan Chatib Basri. (2013). “Mengapa Rupiah Sengaja Dibiarkan Melemah.” <http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2013/07/30/mengapa-rupiah-sengaja-dibiarkan-melemah-577795.html>, Juli 2013.
- Yulianto, MA. (2012). Business Forecasting Techniques. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia.
- Widarjono, Agus. (2007). Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis, Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.
www.infobanknews.com

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mohammad Husni Thamrin

Kampus A UMHT

Jl. Raya Pondok Gede No. 23 – 25 Kramatjati, Jakarta Timur 13550

Telp. (021) 8096411 ext. 1218; HP. 0812.11702090

Email: ojslppmumht@gmail.com Web : <http://journal.thamrin.ac.id/index.php/JIPKMHTtharmin>