



**JOURNAL
OF EMERGING
BUSINESS MANAGEMENT AND
ENTREPRENEURSHIP STUDIES**



J | E | B | M | E | S

Volume 3 | Nomor 2 | Tahun 2023 | Hal. 109-196





Volume 3, Number 2, October 2023

Published by
Research Center and Case Clearing House
PPM School of Management
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

The Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies is established in April 2021
Publication frequency: April (no.1) and October (no.2)

EDITOR IN CHIEF

Dr. Aprihatiningrum Hidayati, S.Psi., M.M.

MANAGING EDITOR

Rosita Fitriyani, S.E.

EDITORIAL ADVISORY AND REVIEW BOARD

Rike Penta Sitio, S.E., M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Noveri Maulana, M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Anggun Pesona, S.Psi., M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Dimas Maulana, M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Pepey Riawati Kurnia, M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Yunita Andi Kemalasari, M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Eva Hotnaidah Saragih, M.A.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Riza Aryanto, M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Prof. Syamsul Amar
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Endah N. Hamdani, M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Martdian Ratnasari, S.E., M.Sc.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
M Akhsanur Rofi, M.M, NPDP
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Aries Heru Prasetyo, M.M., RFP-I, Ph.D.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Lufina Mahadewi, M.M., M.Sc.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Novy Silviadewi, S.E., M.M
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Dolly A. Prameswari, M.M
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

Ricky Virona Martono, M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Hendrarto K. Supangkat, M.M, Ph.D.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Ir. Erlinda N. Yunus, M.M., Ph.D
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Alain Widjanarka, S.T., M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Diyah Ratna Fauziana, M.M.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Widyarso Roswinanto, M.M., M.B.A., Ph.D.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Prof. Andrianto Widjaja
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)
Dr. Wendra, M. HRM.
(Sekolah Tinggi Manajemen PPM)

EDITORIAL OFFICE

Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya 9-19, Jakarta 10340, Indonesia
Ph. (62)21 2300313 #1108 / Fax (62)21 2302040/51
jebmes@ppm-manajemen.ac.id



Volume 3, Number 2, October 2023

TABLE OF CONTENTS

| | |
|---|---------|
| Metode Penyelenggaraan Kuliah Studi Pasca Sarjana Post Pandemi: Mana Yang Lebih Memenuhi Kebutuhan Pasar? <i>Pepey Riawati Kurnia</i> | 109-118 |
| Optimalisasi Strategi Promosi Digital di Era Digitalisasi: Sebuah Kajian Komprehensif pada PT Glamourix AFA Indonesia Skincare 2022-2023 <i>Bintang Hermanses, Widyarso Roswinanto</i> | 119-134 |
| Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan terhadap Opini Audit <i>Going Concern</i> <i>Joshua Adry Philander de Haan, Martdian Ratna Sari</i> | 135-154 |
| Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Batu Bara Terbuka di Indonesia periode 2017-2021 <i>Ricky Renaldi, Nora Sri Hendriyeni</i> | 155-168 |
| Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Financial Distress Sebelum dan Saat Covid-19 pada Perusahaan di Sektor Healthcare yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia <i>Dominico Berta Kevin Pratama, Martdian Ratna Sari</i> | 169-182 |
| <i>Relationship Between Employee Value Proposition and Resignation with The Moderating Effect of Employee Satisfaction</i> <i>Muhammad Shidqi Fakhri, Eva Hotnaidah Saragih, E Annisa Dwiyanana</i> | 183-196 |

Metode Penyelenggaraan Kuliah Studi Pasca Sarjana Post Pandemi: Mana Yang Lebih Memenuhi Kebutuhan Pasar?

Pepey Riawati Kurnia

Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Jakarta Indonesia
prk@ppm-manajemen.ac.id

Diterima: 18-09-2023 | Disetujui: 18-10-2023 | Dipublikasi: 31-10-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ABSTRAK

Metode penyelenggaraan kuliah post pandemi pada studi pasca sarjana menjadi isu dari pengelola institusi Pendidikan. Mahasiswa protes karena harus menghadiri kuliah tatap muka di hari kerja dengan berbagai alasan. Penelitian ini bertujuan mengetahui metode penyelenggaraan kuliah studi pasca sarjana post pandemi yang mana yang lebih memenuhi kebutuhan pasar (mahasiswa). Metode penelitian menggunakan *Soft System Methodology*. FGD dilakukan dengan 12 responden. Responden diambil dari setiap program S1 dan S2 yang diwakili oleh 3 tipe yang berbeda, yakni regular, eksekutif muda dan eksekutif. Penelitian dilakukan di Jakarta pada bulan Maret dan April 2023. Hasil FGD berupa verbatim dianalisis menggunakan analisa peran (*client, practitioner, owner*), analisa sosial (institusi pendidikan dan pengajar) dan analisa kekuasaan (kebijakan dan peraturan). Diperoleh *rich picture* dan *root definition* yang menyatakan metode penyelenggaraan kuliah dilakukan secara *online* pada hari kerja dan *offline* pada hari sabtu yang lebih memenuhi kebutuhan pasar dan tidak melanggar aturan Dikti. Hasil penelitian menghasilkan *rich picture* menyatakan bahwa metode penyelenggaraan kuliah secara daring masih dibutuhkan pasar dan kombinasi daring serta luring disarankan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Hasil penelitian menyatakan pula info LLDikti 3 yang mewakili pemerintah menyarankan segera dibukanya PJJ (pembelajaran jarak jauh) yang mampu menjangkau target pasar yang kebutuhan studinya melalui daring secara penuh.

Kata Kunci:

Metode Penyelenggaraan Kuliah; Kebutuhan Pasar

ABSTRACT

The method of post-pandemic lecture delivery in postgraduate studies is an issue for educational institution management. Lectures will be delivered offline since the COVID-19 pandemic has subsided, and the conditions are recovering. Postgraduate students, especially working students, are protesting because they have to attend face-to-face lectures on weekdays for various reasons. This study aims to determine which postgraduate lecture delivery method meets the market needs (university students). The research method made use of Soft System Methodology (SSM). The FGD was conducted with twelve participants, classified into postgraduate students of Wijawiyata Management (full-time students), Young Executives (students with at least two years of work experience), and Executives (students with no less than five years of work experience). The research was conducted in March and April 2023. The results were analyzed using Role (clients, practitioners, and owners), Social (educational institutions and instructors), and Power (national policies and regulations) Analysis. This research shows that by rich picture and root definition, weekday online lectures and weekend (Saturday) offline lectures meet the market's needs and violate no Indonesian higher educational regulations. The findings also suggest that a combined lecture mode, offline and online, is more favorable to Master's degree students, hence the Indonesian government's rigorous encouragement for Distant Learning for various learning needs across the archipelago.

Keywords:

Lecture Delivery Modes; Market Needs

PENDAHULUAN

Masa pandemi Covid-19, metode penyelenggaraan kuliah berubah secara cepat yang semula dari *offline* menjadi *online* menggunakan *zoom (hybrid)*. Tahun 2020 sampai dengan 2022, setelah Pandemi Covid-19 secara berangsur-angsur bisa diatasi, metode penyelenggaraan kuliah mulai banyak kembali ke tatap muka walau masih banyak juga yang menerapkan *hybrid*. STM PPM mulai melakukan transisi metode penyelenggaraan kuliah dari *online (hybrid)* ke tatap muka di semester Ganjil 2022/2023.

Mulai semester Genap 2022/2023 sudah *offline* seluruhnya. Namun, mahasiswa khususnya yang sudah bekerja dari Eksekutif Muda dan Eksekutif protes keras dengan berbagai alasan. Salah satunya karena jauhnya jarak antara tempat kerja dengan sekolah, atau seringnya dinas ke luar kota, seperti pendapat salah satu informan dalam FGD berikut ini: *“Menurut pandangan saya, kelas online itu cenderung jauh lebih efektif jika dibandingkan offline. Definisi efektif itu, bagaimana kita sedikit energi tetapi hasil yang kita dapat maksimal. Dimana hasil yang ingin kita capai itu adalah supaya mahasiswa mengerti apa yang disampaikan. Efektif yang didapat itu tentu dari waktu perjalanannya, itu kan sudah ada efektif yang sangat luar biasa. Apalagi kan kelas kita EM itu di hari selasa dan kamis, itu pas pulang jam kerja, dimana pasti macet-macetnya, yang terkadang jam kuliahnya itu sama bahkan lebih pendek dibanding dengan waktu pulang pergi.”*

Peserta Eksekutif Muda, ada yang menambahkan *”bahwa kami cukup banyak juga yang bahkan dari Karawang, Purwakarta, dan ada beberapa dari luar sana yang memang mereka tidak perlu pusing untuk datang langsung di kampus, hadir secara fisik, tapi mereka bisa hadir secara virtual dan bisa mendengarkan. Bahkan bisa langsung memaparkan materi yang disampaikan. Jadi dibidang efektif atau tidak, kalau menurut kami jauh lebih efektif online.”*

Mahasiswa Eksekutif yang berada di posisi staf yang harus mengikuti perintah penugasan juga protes seperti ini, *”Ada yang memang punya perusahaan sendiri, ada yang dinas keluar kota, atau memang menetap diluar kota, atau memang ada penugasan dari lembaga atau institusi, kami pasti tidak bisa menolak. Kemudian dengan adanya kebijakan dari masing-masing instansi, bahwa di kami juga sudah menerapkan pola kerja baru jadi lifestyle nya pola kerja baru itu sudah berjalan, meskipun PPKM sudah dicabut. Di kami pun juga pada saat harus melaksanakan tugas kami akan lebih bisa mengikuti perkuliahan dan merasa sangat terbantu kalau misalnya dibuka hybrid. Jadi memang ada teman-teman yang stay di ruangan/offline, dan kemudian yang memang benar-benar bertugas atau memang dinas diluar kota yang sama sekali tidak bisa hadir dikelas, itu tetap bisa mengikuti kuliah, secara online dimanapun berada.”*

Pengelola STM PPM berada dalam posisi dilematis untuk membuat keputusan. Untuk itu dilakukan penelitian untuk mendapatkan masukan atas metode penyelenggaraan efektif, termasuk *Self-Paced Learning* menggunakan LMS, yang memenuhi kebutuhan mahasiswa namun tidak melanggar

izin Dikti. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan wawasan: metode penyelenggaraan kuliah yang paling efektif, pemahaman mengenai *Self-Paced Learning* (LMS) efektif atau tidak dan preferensi terhadap 5 alternatif metode penyelenggaraan kuliah yang diajukan.

Asghar, *et al.* (2022) menyebutkan definisi *online learning* sebagai “*web-based learning progress, commonly referred to as online learning, is intended to offer physical classroom-based instructional content over the Internet. Learning that takes place over the internet of through electronic technology to obtain instructional content is referred to as online learning.*”. Najib & Mursidi (2022) menyebutkan bahwa, “*Online is an abbreviation of within the network which requires electronic items such as cellphones, laptops, or computers and requires an internet network. In Indonesia, online can be said to be online.*”. Asghar, *et al.* (2022) menyebutkan definisi *offline learning* sebagai, “*Offline study is also referred to as self-study, through which students obtain basic knowledge to utilize during online and face-to-face sessions. For offline learning, teachers give students the modules, notes, and assigned tasks for offline learning.*”

Hasil studi Riaz, *et al.* (2023) pada 460 mahasiswa menunjukkan setelah dibukanya kelas *offline*, 64% ada kekhawatiran terkena Covid-19, 52% meyakini bahwa mereka kesulitan dalam mengelola waktu dan 57.5% kesulitan dalam konsentrasi. Bahkan 70.8% meyakini mereka lebih nyaman dengan *online learning* dalam mendapatkan pengetahuan. Preferensi mahasiswa menunjukkan bahwa 72% masih ingin terus belajar *online* di masa mendatang. Tao & Gao (2022) menyatakan walaupun dapat menyebabkan kebosanan, pembelajaran *online* di kelas bisa memberikan manfaat mengurangi emosi negatif yang sering terjadi di kelas *offline*.

Imran, *et al.* (2023) menyatakan bahwa tidak setiap disiplin ilmu bisa diajarkan dalam metode *online*, sehingga kualitasnya menjadi dipertanyakan di masa mendatang. Penelitian yang dilakukan oleh Alqahtani, *et al.* (2023) juga menyatakan bahwa kecepatan internet yang buruk, ketidakmampuan pemahaman pelajar dan kurang berkualitaskannya penyampaian mengajar menjadi penghambat dalam pembelajaran *online*. Sejumlah info hasil penelitian tersebut juga menjadi pertimbangan pengelola STM untuk memutuskan metode penyelenggaraan yang tetap memenuhi kebutuhan pasar namun tanpa menurunkan kualitas hasil pembelajaran. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan perasaan letih dari mahasiswa bila mereka harus belajar ke kampus dengan metode tatap muka.

METODE RISET

Mengacu kepada permasalahan yang ada di latar belakang telah dilakukan *Focus Group Discussion* (FGD) pada tanggal 15 Maret 2023. Peserta FGD terdiri dari mahasiswa program Magister Manajemen Wijayawata Manajemen (WM) belum bekerja dan usia maksimal 27 tahun, program Magister Manajemen Eksekutif Muda (EM) yang telah bekerja 2 tahun dan berusia maksimal 30, dan program Magister Manajemen Eksekutif pengalaman bekerja minimal 5 tahun. Penelitian ini menggunakan metode *Soft System Methodology* (SSM) yang dilahirkan di Universitas Lancaster.

Pendekatan SSM digunakan untuk memecahkan masalah-masalah dalam bisnis/manajemen. Untuk itu, berdasarkan SSM, maka situasi masalah tereksresi adalah sebagai berikut:

Analisa Peran

Tabel 1. Analisa Satu (Intervensi) Metode Penyelenggaraan Kuliah

| Pihak | Kode | Level | Analisa Satu (Intervensi) |
|-------------------------------------|------|-------|--|
| <i>Client</i> | C | | Mahasiswa Wijawiyata Manajemen (WM), Eksekutif Muda (EM) dan Eksekutif (E) |
| <i>Practitioner</i> | P | | Pengelola Sekolah Tinggi Manajemen PPM |
| <i>Owner of The issue addressed</i> | O | 1 | Ketua STM |
| | | 2 | Kajur |
| | | 3 | Kaprodi MM |

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Tabel 1 menjelaskan mahasiswa Eksekutif Muda (EM) dan Eksekutif (E) banyak melontarkan protes keras atas kebijakan STM PPM menyelenggarakan perkuliahan tatap muka. Mereka meminta prodi meninjau kembali kebijakan tersebut. Mereka berlaku sebagai C (client) yang menyebabkan terjadinya intervensi atas metode penyelenggaraan kuliah. Kajur, Kaprodi MM yang merupakan pengelola STM PPM mendiskusikan dalam rapat pengelola inti, hadir Ketua STM, BPM dan PIIPU. Hasil rapat, perlu dilakukan kajian metode penyelenggaraan kuliah. Pengelola STM berperan sebagai *practitioner* (P). Ketua STM, Kajur dan Kaprodi disebut juga *owner of the issue addressed* (O) karena berkepentingan untuk mengadakan kajian sehingga dapat membuat keputusan terbaik dan dampaknya dapat dikurangi.

Tabel 2. Analisa Dua (Extended) Metode Penyelenggaraan Kuliah

| | <i>Theoretical Research Practices</i> | Identifikasi |
|---|--|--|
| <i>Learning Method</i> (Sharma, et al. 2022) | <i>Offline classes are preferred over online classes since student-teacher peer interactions are better</i> | Metode yang paling efektif untuk mahasiswa S1 pasca pandemi. |
| <i>Online-Offline Teaching and Learning</i> (Setyawan, 2019) | <i>Online teaching and learning do not seem to be wholeheartedly accepted by some people, the advantages might give a major breakthrough in the education world.</i> | Metode mengajar dan belajar mana yang efektif antara <i>online</i> dengan tradisional (<i>offline</i>) |
| <i>Effectiveness of Online VS Offline Classes</i> (Damayanti & Rachmah, 2020) | <i>Offline learning more effective than Online learning</i> | Pelajar lebih memilih belajar tatap muka karena mereka lebih mengerti materi yang diajarkan, lebih mudah berkomunikasi bisa fokus, aktif dan menyenangkan. |
| <i>Strategies for Effective Online Teaching and Learning</i> (Navarro & Mcgrath, 2021) | <i>Online Teaching and Learning should refers to minimum standards to ensure that content is accessible.</i> | Ada 4 standard: <i>Content must be perceivable, Operable, Understandable, Robust.</i> |
| <i>The Difference of Effectiveness between Online and Offline Class</i> (You, et al. 2021) | <i>The large scale of using online teaching during covid reveals many factors that lower the effectiveness of the online classes.</i> | Banyak faktor yang menyebabkan <i>online</i> class tidak efektif |

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Tabel 2 menjelaskan praktek-praktek metode penyelenggaraan kuliah yang dilakukan oleh berbagai peneliti. Penelitian-penelitian terdahulu mengenai efektivitas metode penyelenggaraan kuliah

dinyatakan oleh Singh, *et al.* (2021) yang meneliti di program studi S1, Diploma dan Master dengan 100 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa masih banyak siswa yang lebih menginginkan proses belajar secara *offline* dibandingkan *online* karena mereka bisa fokus lebih aktif dan menyenangkan, serta lebih baik memahami konten serta lebih mudah berkomunikasi. Kualitas internet mempengaruhi keberhasilan metode *online*. Siswa sering tidak mengerti materi yang diajarkan dan mereka ingin bertemu tatap muka untuk masalah ketidakmengertian tersebut. Keinginan untuk belajar tatap muka dari pada *online* dinyatakan oleh Yau, *et al.* (2022) bahwa belajar tatap muka lebih menyenangkan daripada *online*.

Analisa Sosial

Tabel 3. Analisa Sosial Metode Penyelenggaraan Kuliah

| Jenis | Peran | | Norma | Nilai |
|--------------------------------|--|--|--|---|
| | Ketua Sekolah Tinggi | Pengajar | | |
| Sekolah Tinggi Manajemen (STM) | 1.Mengelola proses belajar dan mengajar di STM 2.Melakukan monev untuk memenuhi syarat akreditasi 3.Menyelenggarakan metode penyelenggaraan kuliah sesuai dengan ijin yang diberikan Dikti | 1.Memberikan pengetahuan kepada mahasiswa sesuai dengan tujuan pembelajaran 2.Memberikan contoh-contoh implementasi atas pengetahuan yang diberikan | 1.Mematuhi statuta STM PPM yang menjadi landasan acuan untuk pengelolaan STM PPM. 2.Mematuhi kebijakan dan aturan LLDikti 3 | 1.PLUS 2.Integritas tinggi 3.Beretika 4.Role model |

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Tabel 3 menginformasikan bahwa STM PPM sebagai institusi Pendidikan tidak bisa berdiri sendiri dan membuat keputusan sendiri. STM PPM berada dalam LL Dikti 3 yang memiliki aturan, kebijakan dan UU yang mengacu kepada Dirjen Dikti. STM PPM juga memiliki statuta dan nilai-nilai yang harus senantiasa dijaga implementasinya. Usulan metode penyelenggaraan kuliah dari mahasiswa EM 28, 29 serta mahasiswa eksekutif 72 dan 73, tidak serta merta harus diluluskan, namun tetap dikaji terlebih dahulu dan meninjau peraturan serta ijin yang dimiliki STM PPM. STM PPM juga menjalankan monev yang secara berkala dilaporkan pada LLDikti 3. Monev ini bisa menjadi dokumen pendukung untuk melengkapi penjelasan atas kebijakan yang diambil nantinya.

Analisa Kekuasaan

Ketua STM bersama pengelola inti mendiskusikan arah kebijakan yang akan dilakukan untuk oleh STM PPM terkait metode penyelenggaraan kuliah. Keputusan akhir tetap pada Ketua STM. Ketua STM berkoordinasi dengan BPM untuk mendapatkan peraturan-peraturan mengenai metode penyelenggaraan kuliah yang bisa dilaksanakan secara *online*. Ketua STM juga mengecek melalui jejaring yang dimiliki kebijakan metode penyelenggaraan kuliah yang dilakukan oleh Sekolah Tinggi atau universitas lainnya.

Rich Picture



Gambar 1. Rich Picture Metode Penyelenggaraan Kuliah

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Gambar1 menggambarkan relasi mahasiswa dengan pengajar tetap terjadi dalam metode penyelenggaraan kuliah baik *online* maupun *offline*. Pengajar memberikan pengetahuan dan contoh-contoh dalam proses belajar mengajar. Relasi dengan teman, mereka menyebutnya berkomunitas bisa terjadi kalau *offline*. Pengelola STM PPM berperan dalam mengelola perkuliahan, *monev* dan menetapkan metode penyelenggaraan kuliah sesuai dengan ketentuan Dikti, perizinan yang diperoleh dan diselenggarakan dengan nilai-nilai PLUS PPM. Hasil FGD menginfokan bahwa proses penyelenggaraan kuliah secara *online* dan *hybrid* dibutuhkan saat hari kerja karena kondisi jalan di Jakarta yang macet. Lambat laun jam mengajar dibandingkan dengan lamanya di jalan. Isu yang muncul mahasiswa kehilangan alat bantu yakni rekaman kuliah seperti zoom yang bisa didengarkan kembali saat mau belajar atau mau ujian. Isu lainnya yang muncul keluhan atas kebijakan 3 kali tidak masuk langsung tidak bisa ikut ujian final.

Root Definition

Tabel 4 CATWOE Metode penyelenggaraan kuliah

| Hal | Penjelasan |
|---------------------------|--|
| Customer | Mahasiswa |
| Actor | Pengelola |
| Transformation Process | Melakukan kajian → menghasilkan keputusan Metode Penyelenggaraan kuliah yang memenuhi kebutuhan namun tidak melanggar aturan LLDikti 3 |
| Weltanschauung | Kajian dilakukan untuk mendapatkan keputusan atas metode penyelenggaraan kuliah terbaik |
| Owner | Badan Penyelenggara STM PPM |
| Environmental Constraints | Peraturan LL Dikti 3 Anggaran STM PPM dalam RKAPB 2023 |

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Pandangan khusus bahwa mahasiswa menuntut pembelajaran *online* sangat dipengaruhi hari kerja dan jumlah waktu yang digunakan untuk ke kampus. Kondisi yang berbeda dengan sebelum pandemi. **Root Definition**, metode penyelenggaraan kuliah merupakan metode belajar mengajar yang bisa mencapai sasaran pembelajaran dengan tetap memperhatikan kebutuhan peserta belajar dan peraturan yang harus ditaati. Metode penyelenggaraan kuliah dengan metode *online* di hari kerja dan *offline* di sabtu merupakan kombinasi metode penyelenggaraan kuliah yang memenuhi kebutuhan pasar dan tidak melanggar aturan Dikti.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil FGD yang dilakukan memberikan wawasan bagi pengelola STM PPM bahwa mahasiswa masih membutuhkan metode penyelenggaraan kuliah secara *online* di hari kerja dikarenakan kondisi jalan di Jakarta yang macet, adanya penugasan dari atasan yang tidak dapat ditolak dan upaya yang terlalu besar untuk ke kampus tidak sebanding dengan lamanya perkuliahan yang harus diikuti. Hasil FGD didukung oleh hasil penelitian Riaz *et al.* (2023) yang menyatakan sebagian besar mahasiswa (72%) masih menginginkan metode penyelenggaraan kuliah dilakukan secara *online* di masa mendatang. Navarro & Mcgrath (2021), memberikan 4 standard untuk metode penyelenggaraan kuliah secara *online* agar dapat mencapai tujuan pembelajaran, yakni *Content must be perceivable, Operable, Understandable, Robust*. Konten harus dapat membuat mahasiswa bisa mengerti dan bisa dilakukan secara *online*. Proses pembelajaran *online* yang efektif tergantung pada ketersediaan fasilitas dan kondisi socio-economic (Alom, *et al.*, 2023).

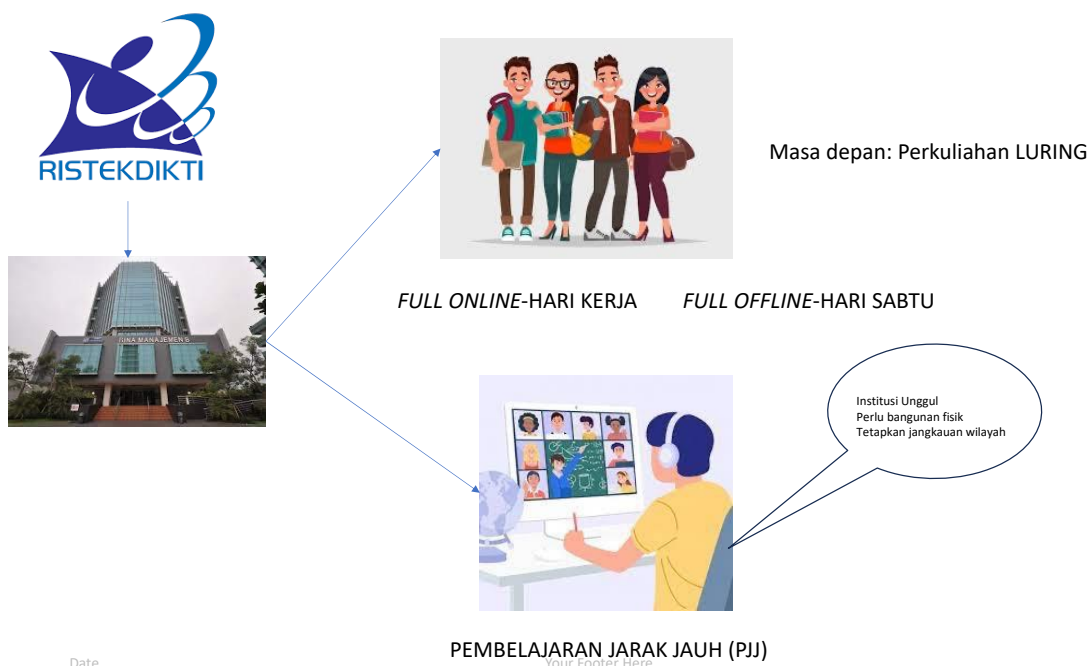
Hasil FGD juga memberikan wawasan bahwa mahasiswa yang belum bekerja (WM) lebih memilih metode penyelenggaraan kuliah dilakukan secara *offline* dikarenakan mereka lebih paham atas konten perkuliahan yang dijelaskan oleh pengajar. Satu responden menyatakan perkuliahan tatap muka lebih baik khususnya bagi mata kuliah keuangan. Hasil FGD ini didukung oleh (Damayanti & Rachmah, 2020) yang menyatakan bahwa pelajar lebih memilih belajar tatap muka karena mereka lebih mengerti materi yang diajarkan, lebih mudah berkomunikasi bisa fokus, aktif dan menyenangkan. Metode penyelenggaraan kuliah secara tatap muka juga didukung oleh hasil penelitian Sharma *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa metode penyelenggaraan kuliah secara tatap muka lebih baik dalam interaksi di kelas. Imran *et al.* (2023) juga menyatakan metode tatap muka memberikan sejumlah keunggulan, seperti menaikan interaksi interpersonal antar pelajar dan instruktur, selain itu memungkinkan pelajar terikat dalam perilaku pembelajaran social serta mengurangi gangguan. Penelitian dilakukan di Sekolah Menengah Atas.

Walaupun metode penyelenggaraan kuliah secara *online* lebih disukai, beberapa responden dalam FGD mengakui adanya kendala dalam proses perkuliahan, seperti internet yang tidak stabil atau gangguan dari lingkungan. Hasil FGD ini juga didukung oleh You *et al.* (2021) yang menyatakan

banyak faktor yang menyebabkan *online class* tidak efektif. Mushtaha *et al.* (2022) menginfokan pula adanya dampak negatif Covid-19 pada pendidikan, oleh karenanya guru dan murid perlu adopsi teknologi dan mengembangkan keterampilan digitalnya selaras dengan perkembangan trend dunia dan kondisi yang dialami. Lebih lanjut dinyatakan pula bahwa kombinasi metode penyelenggaraan kuliah secara *offline* dan *online* lebih banyak disukai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian metode penyelenggaraan kuliah memberikan hasil bahwa metode kombinasi *online* dalam hari kerja dan *offline* di hari Sabtu merupakan hasil yang paling memenuhi kebutuhan mahasiswa tanpa melanggar perizinan dan ketentuan Dikti.



Gambar 2. Alur Rekomendasi Metode Penyelenggaraan Kuliah

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Gambar 2 memperlihatkan rekomendasi selaras dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa metode penyelenggaraan kuliah secara *online* di hari kerja masih dibutuhkan pasar saat ini, sementara itu LLDikti 3 menginfokan bahwa pemerintah mendorong metode penyelenggaraan kuliah secara *offline*. LLDikti 3 menganjurkan untuk diadakan PJJ (pembelajaran jarak jauh) untuk STM PPM yang telah memperoleh akreditasi unggul, bisa *full online* dan cakupannya lebih luas. Penelitian dapat dilanjutkan dengan kuantitatif untuk lebih melengkapi atas wawasan yang diperoleh dari FGD.

DAFTAR PUSTAKA

- Alom, K., Hasan, M.K., Khan, S.A., Reaz, M.T. & Saleh, M.A. (2023). The Covid-19. and *online* learning process in Bangladesh. *Heliyon*, 9, e13912, Link: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13912>
- Alqahni, J.S., Mendes, R.G., Triches, M.I., Sato, T.O., Sreedharan, J.K., Aldhahir, A.M., Alqarni, A.A., Raya, R.P., Alkathami, M., Jebakumar, A.Z., AlAyadi, A.Y., Alsulayyim, A.S., Alqahtani, A.S., Alghamdi, S.M., AlDraiwiash, I.A., Alnasser, M., Siraj, R.A., Naser, A.Y., Alwafi, H., AlRabeeah, S.M., AlAhmari, M.D., Kamila, A., Bintalib, H., Alzahrani, E.M. & Oyelade, T. (2023). Perspectives, practices, and challenges of *online* teaching during COVID-19 pandemic: A multinational survey. *Heliyon*, 9(8), <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19102>
- Asghar, M.Z., Afzaal, M.N., Iqbal, J. & Sadia, H.A. (2022). Analyzing an appropriate blend of face-to-face, *offline* and *online* learning approaches for the in-service vocational teacher's training program. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 10668. <https://doi.org/10.3390/ijerph191710668>
- Damayanti, F.L. & Rachmah, N. (2020). Effectiveness of online vs offline classes for EFL Classroom: A study in a higher education. *Journal of English Teaching Applied Linguistics and Literatures (JETALL)*, 3(1):19, <http://dx.doi.org/10.20527/jetall.v3i1.7703>
- Imran, R., Fatima, A., Salem, I.E. & Allil, K. (2023). Teaching and learning delivery modes in higher, *The International Journal of Management Education*, Volume 21, Issue 2, July 2023, 100805. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100805>
- Mushtaha, E., Dabous, S.A., Alsyouf, I., Ahmed, A. & Abdraboh, N.R. (2022). The challenges and opportunities of online learning and teaching at engineering and theoretical colleges during the pandemic. *Ain Shams Engineering Journal*, Volume 13, Issue 6, November 2022, 101770, <https://doi.org/10.1016/j.asej.2022.101770>
- Najib, M. & Mursidi, A. (2022). Effectiveness of offline and online learning during COVID-19 pandemic: Two-factor analysis of variant approach in S1-students of FKIP university PGRI Banyuwangi, Indonesia. *Linguistics and Culture Review*, 6(S3), 1-11. <http://dx.doi.org/10.21744/lingcure.v6nS3.1890>
- Navarro, J.C. & Mcgrath, B. (2021). Strategies for effective online teaching and learning: Practices and techniques with a proven track of success in onlie education. *Research Gate*, IGI Global. <http://dx.doi.org/10.4018/978-1-7998-8275-6.ch029>
- Riaz, F., Mahmood, S.E., Begum, T., Ahmad, M.T., Al-Shaikh, A.A., Ahmad, A., Shati, A.A. & Khan, M.S. (2023). Students' preferences and perceptions regarding online versus offline teaching and learning post Covid-19 lockdown. *Sustainability*, 15, 2362. <https://doi.org/10.3390/su15032362>
- Sharma, D., Sood, A.K., Darius, P.S.H., Gundabattini, E., Gnanaraj, S.D. & Jeyapaul, A.J. (2022). A Study on the online-offline and blended learning methods. *Journal of The Institution of Engineers (India): Series B*, 103 (4): 1373-1382, <https://doi.org/10.1007/s40031-022-00766-y>
-

- Setyawan, H. (2019). Blended method: Online-offline teaching and learning, on students reading achievement. *English Education Jurnal Tadris Bahasa Inggris*, Volume 12 Nomor 1, <http://dx.doi.org/10.24042/ee-jtbi.v12i1.4432>
- Singh, P., Sinha, R., Koay, W.L., Teoh, B.T., Nayak, P., Lim, C.H., Dubey, A.K., Das, A., Faturrahman, I. & Aryani, D.N. (2021). A comparative study on effectiveness of *online* and *offline* learning in higher education. *International Journal of Tourism & Hospitality in Asia Pacific (IJTHAP)*, Vol 4 (3), 102-114. <http://dx.doi.org/10.32535/ijthap.v4i3.1212>
- Yau, A.H.Y., Yeung, M.W.I. & Lee, C.Y.P. (2022). A co-orientation analysis of teachers' and students' perceptions of *online* teaching and learning in Hong Kong higher education during the COVID-19 pandemic. *Studies in Educational Evaluation* 72 (1): 101128 <http://dx.doi.org/10.1016/j.stueduc.2022.101128>
- You, X., Tan, Y. & Yang, L. (2021). The difference of effectiveness between *online* and *offline* class. *Proceeding of the 2021 4th International Conference on Humanities Education and Social Sciences (ICHESS 2021)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211220.205>
- Tao, J. & Gao, X. (2022). Teaching and learning languages online: Challenges and responses. *System* 107. <https://doi.org/10.1016/j.system.2022.102819>

Optimalisasi Strategi Promosi Digital di Era Digitalisasi: Sebuah Kajian Komprehensif pada PT Glamourix AFA Indonesia *Skincare* 2022-2023

Bintang Hermanses

Institut Komunikasi dan Bisnis

Jl. K.H. Mas Mansyur N0. Kav. 35, Jakarta, Indonesia

Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Jakarta Indonesia

bintanghermanses@gmail.com

Widyarso Roswinanto*

Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Jakarta Indonesia

wid@ppm-manajemen.ac.id

(* Penulis Korespondensi

Diterima: 03-09-2023 | Disetujui: 18-10-2023 | Dipublikasi: 31-10-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ABSTRAK

Di era digitalisasi, pemanfaatan promosi digital menjadi krusial bagi perusahaan, termasuk industri *skincare* seperti rancangan program promosi digital pada PT. Glamourix AFA Indonesia *Skincare* Tahun 2022-2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif dan penelitian lapangan dengan melakukan studi pustaka, wawancara, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Glamourix AFA Indonesia perlu mengembangkan rancangan program promosi digital untuk mencapai target penjualan untuk produk. Promosi produk *skincare* dilakukan dengan membuat konten blog, video, dan *social media activity* dengan memberikan diskon khusus. Proses promosi secara digital pada produk Emre PT. GAI melakukan 4 jenis promosi yaitu: *advertising* pada media sosial Instagram, *public relation* dengan memanfaatkan konten melalui Instagram, *direct marketing* melalui pesan instant pada WhatsApp, *sales* promo dengan membuat program diskon. Strategi promosi digital Emre periode 2022-2023 yang dapat dilakukan oleh Emre yaitu *advertising* digital dengan bekerjasama dengan stasiun tv digital untuk memasarkan produk. Dengan mengembangkan rancangan program promosi digital PT. Glamourix AFA Indonesia *Skincare* diharapkan mampu meningkatkan penjualan pada target konsumen yang lebih luas serta mampu bersaing dengan perusahaan pesaing dalam industri *skincare* di Indonesia yang semakin ketat.

Kata Kunci:

Rancangan Program; Promosi Digital; Jenis Promosi; Media Sosial; Industri Skincare.

ABSTRACT

In the digitalization era, digital promotions are crucial for companies, including the skincare industry, such as designing digital promotion programs at PT. Glamourix AFA Indonesia Skincare 2022-2023. The method used in this research is descriptive-qualitative and field research by conducting literature studies, interviews, and observations. The research results show that PT. Glamourix AFA Indonesia needs to develop a digital promotional program design to achieve product sales targets. Promotion of skincare products is carried out by creating blog content, videos, and social media activities by providing special discounts—a digital promotion process for Emre PT products. GAI carries out four types of promotions: advertising on social media and Instagram, public relations by utilizing content via Instagram, direct marketing via instant messages on WhatsApp, and sales promotions by creating discount programs. Emre's digital promotion strategy for the 2022-2023 period that Emre can carry out is digital advertising by working with digital TV stations to market products by developing a digital promotional program design for PT. Glamourix AFA Indonesia Skincare is expected to be able to increase sales to a broader target consumer and be able to compete with competing companies in the increasingly tight skincare industry in Indonesia.

Keywords:

Program Design; Digital Promotion; Types of Promotion; Social Media, Skincare Industry

PENDAHULUAN

Industri kecantikan telah berkembang di berbagai belahan dunia khususnya *skincare*. Masyarakat semakin menyadari akan pentingnya *skincare* untuk menjaga kesehatan kulit, kenyamanan dan menarik untuk dipandang. *Skincare* memiliki peran sangat penting yaitu perawatan untuk kulit mulai dari remaja hingga dewasa. Oleh karena itu, pemakaian *skincare* seakan tidak bisa lepas dalam keseharian wanita maupun pria (Perwitasari, 2019).

Industri *skincare* merupakan salah satu peluang pasar yang menjanjikan khususnya bagi negara berkembang. Berdasarkan data *Euromonitor International*, negara-negara berkembang berkontribusi sebesar 51% bagi industri kecantikan global, termasuk di antaranya Indonesia yang memiliki pasar yang dinamis di kawasan Asia Tenggara (Revitasari, 2019). Industri kecantikan merupakan industri yang dinamis dan terus berinovasi serta harus siap menghadapi perubahan yang ada. Ketika pandemi Covid-19 mulai tersebar di Indonesia, industri kecantikan ikut mengalami perubahan, seperti pembelian produk yang awalnya dilakukan melalui toko *offline*, pada saat pandemi pembelian banyak dilakukan melalui *online*. Walaupun pendapatan industri kosmetik sempat menurun pada tahun 2020 sebesar 4% berdasarkan data dari *Euromonitor*, pada 2021 mengalami peningkatan seiring munculnya minat tren pada produk *skincare* (Kompas, 2021).

Menurut Tjiptono (2015:38) menyatakan bahwa promosi merupakan strategi pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan dan meyakinkan konsumen terhadap produk pada suatu perusahaan. Kegiatan promosi digunakan untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan produk dan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen (Maudila, *et al.*, 2020). Berdasarkan pendapat Reina (2022) dalam memasarkan produk dapat menggunakan media sosial. Pemilihan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk dikarenakan saat ini media sosial sangat populer dikalangan masyarakat dari remaja usia sekolah sampai dengan ibu rumah tangga, selain itu pemasaran melalui media sosial juga lebih mudah dilakukan daripada pemasaran secara langsung (Nasution, *et al.*, 2020). Wadah digital ini digunakan oleh penjual *skincare* untuk mengenalkan *skincare* yang akan dijual, dengan mengoptimalkan media sosial dapat menyerap konsumen secara luas. Hasilnya adalah babak baru interaksi antara produsen, agen pasar dan konsumen, dengan media komunikasi seluler sebagai elemen dominan. Munculnya Internet di Indonesia dengan “pasar” yang begitu besar tentunya menjadi salah satu faktor yang menyebabkan munculnya model periklanan baru, yaitu melalui penggunaan internet atau *online*, atau yang biasa dikenal dengan pemasaran digital (Novita, *et al.*, 2020).

Pemasaran terhadap perusahaan, produk dan jasa sekarang merupakan proses interaktif. Selain menyediakan katalog produk dan media promosi, *website* perusahaan juga digunakan untuk dialog *online*, diskusi dan konsultasi dengan konsumen, papan pengumuman, kuesioner elektronik, dan *mailing list*. Konsumen dapat berkontribusi mengembangkan produk kecantikan PT. Glamourix Afa

Indonesia (selanjutnya disebut GAI) *skincare* Emre (Coviello, 2010). PT. GAI merupakan salah satu perusahaan swasta yang memproduksi, produk *skincare* dalam negeri. Perusahaan ini sudah memproduksi *skincare* dari tahun 2019, dengan produk yang dihasilkan bernama “Emre” *skincare*, PT. GAI juga mengeluarkan produk terbaru yaitu *facial wash, night cream, day cream, toner*.

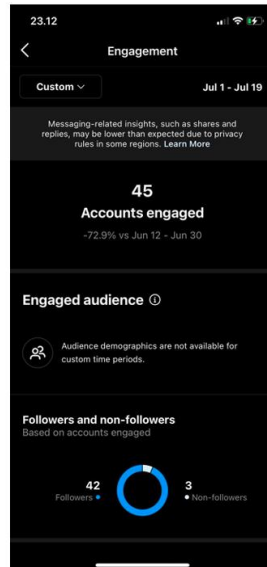
Kegiatan perusahaan yang sedang dilakukan di divisi *Digital Sales & Marketing*, yaitu aktivitas secara *online* untuk masyarakat secara umum. Sasaran utama dari aktivitas promosi *online* adalah mengatasi rendahnya kesadaran calon konsumen terhadap produk *skincare* (Fitri, 2017). Banyak produk *skincare* lokal yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat melalui iklan digital seperti J Glow dan Wardah. Kedua brand *skincare* tersebut sudah cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia dikarenakan J Glow dan Wardah sudah melakukan banyak iklan digital, seperti Wardah melakukan iklan digital melalui stasiun TV lokal (Safira, *et al.*, 2020). Untuk itu dari produk yang dimiliki oleh GAI ini dengan mensosialisasikan atau mempromosikan produk secara *digital* yaitu produk Emre yang di mana bertujuan untuk memperkenalkan produk dari GAI.

Kegiatan strategi promosi yang dilakukan PT. GAI saat ini melakukan promosi dengan media *online* termasuk pengambilan photo shoot dan mempostingnya di media sosial untuk meningkatkan *awareness* Emre di masyarakat umum. Emre melakukan *event* diskon yang di posting di sosial media seperti Instagram, untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas serta memberikan sosialisasi tentang keunggulan dari produk Emre tersebut. Kegiatan promosi yang sudah dilakukan oleh Emre saat ini tidak membawa peningkatan, karena kegiatan promosi yang kurang beragam, kurang menjangkau segala kalangan masyarakat. Dampak negatif dari kurangnya penggunaan strategi promosi adalah hanya menjangkau sedikit masyarakat, kegiatan penjualan menjadi tidak maksimal (Suparyanto & Rosad, 2015).

Berdasarkan data *account engaged* pada **Gambar 1**, terlihat bahwa interaksi digital marketing melalui media sosial Instagram Emre masih belum optimal. Pada bulan Juni, terdapat penurunan interaksi media sosial sebesar-72,9%. Hal ini menunjukkan bahwa, kegiatan promosi melalui Instagram belum mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan produk Emre. Agar produk Emre lebih dikenal oleh masyarakat, frekuensi interaksi dan promosi perlu ditingkatkan.

Namun, strategi promosi digital EMRE saat ini terbatas, dikarenakan promosi digital yang dilakukan oleh PT. GAI Indonesia dalam memasarkan produk *skincare*-nya, terlalu mengandalkan media sosial Instagram dan WhatsApp. Di Instagram, Emre fokus pada penjualan dan promosi melalui postingan feeds Instagram dan *instastory*. Sementara di WhatsApp, mereka menawarkan produk dengan menampilkan gambar produk yang akan dijual. Namun beberapa strategi promosi potensial belum dimanfaatkan. Misalnya belum ada kerjasama dengan perusahaan media kecantikan untuk membuat *ebook* yang membahas produk Emre, belum ada iklan di stasiun televisi nasional untuk membuat iklan *skincare* Emre yang mana di dalam iklan tersebut menawarkan keunggulan produk *skincare*, dan belum

ada *public relation online* di *marketplace* seperti Shopee TV untuk mengulas produk *skincare* Emre dengan menjelaskan kandungan bahan yang terdapat di dalam *skincare* Emre, *direct marketing* menawarkan produk *skincare* pada group sosial media *skincare* melalui platform group Facebook, *sales promo* seperti *voucher online*, *sale anniversary*, *cash back*, *flash sale* yang dibagikan secara *online* melalui media sosial Instagram.



Gambar 1. Account Engaged
Sumber: Media Sosial Instagram Emre (2023)

Saat ini sedang dibutuhkan program promosi yang efektif untuk memasarkan produk *skincare* PT. GAI, sehingga dapat menjangkau target *market* secara luas. Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis *gap* strategi promosi digital Emre dengan pesaing dan menganalisis pengaruh lingkungan eksternal perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan CDMP. Selain itu, menganalisis dan menyusun strategi promosi digital yang dapat dilakukan PT. Glamourix AFA Indonesia sebagai upaya meningkatkan penjualan pada tahun 2022-2023 serta terakhir menjelaskan keputusan *brand image* pada Emre untuk strategi promosi digital yang sesuai dengan Emre.

METODE RISET

Metode Pengumpulan Data

Pada penyusunan laporan skripsi ini diperlukan beberapa data yang dibutuhkan. Adapun data yang diperlukan seperti yang dibutuhkan dengan melakukan wawancara kepada manajer PT. GAI dan studi dokumen melalui *company profile* dan buku literasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh informasi untuk tujuan penelitian melalui tanya jawab dalam percakapan pribadi antara pewawancara dan responden. Dalam hal ini, yang sedang diteliti mengirimkan pertanyaan dan jawaban ke manajer PT. GAI dan tim pemasaran PT. GAI.

2. Studi Dokumen

Dokumentasi adalah metode untuk memperoleh informasi atau informasi manajemen atau catatan gejala atau peristiwa masa lalu. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi terkini tentang situasi di lokasi penelitian. Dokumen yang akan didokumentasikan adalah permintaan dokumen pada *company profile* PT. GAI, meliputi sejarah, visi dan misi, struktur organisasi dan proses program promosi digital produk Emre PT. GAI. Penelitian ini juga akan mengambil foto saat melakukan wawancara dengan narasumber. Serta data berupa gambar atau foto lainnya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan melakukan studi pustaka mengenai strategi program promosi yang sesuai untuk mempromosikan produk Emre PT. Glamorix AFA Indonesia *skincare* tahun 2022-2023. Dilanjutkan dengan melakukan wawancara kepada manajer PT. GAI dan tim pemasaran untuk mengetahui lebih lanjut tentang program promosi yang ada di PT. GAI. Selanjutnya melakukan observasi secara langsung pada proses promosi digital Emre PT. GAI untuk memperoleh data yang diinginkan. Data yang diperoleh dari tahap-tahap yang telah dilakukan kemudian diolah dan membandingkan dengan yang ada di *textbook* untuk menentukan gambaran yang objektif tentang masalah yang dibahas serta menentukan strategi proses promosi yang optimal untuk proses promosi digital Emre PT. GAI.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum PT. GAI

PT. GAI pada **Gambar 3** adalah perusahaan yang bergerak di bidang *skincare*, kosmetik dan juga parfum yang beralamat di Jalan Raya Baruga No. 31 Manggala Makassar, Sulawesi Selatan. PT. GAI menjual produk meliputi rangkaian *brightening facial series*, yaitu sabun cuci muka sekaligus dengan *cream*-nya selain itu PT. GAI juga memiliki produk pengharum tubuh berupa parfum yang setiap musimnya berganti nama agar menyesuaikan dengan harumnya. Dengan adanya kehadiran produk dari PT. GAI ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen di Indonesia. PT. GAI terus melebar mengembangkan produk untuk masyarakat Indonesia, hal ini terlihat dari lini bisnis PT. GAI yang memiliki berbagai macam brand, saat ini PT. GAI mengelola 4 brand produk yaitu @suhaa.official @emreofficial.id @innerbe.id @rayeeofficial.

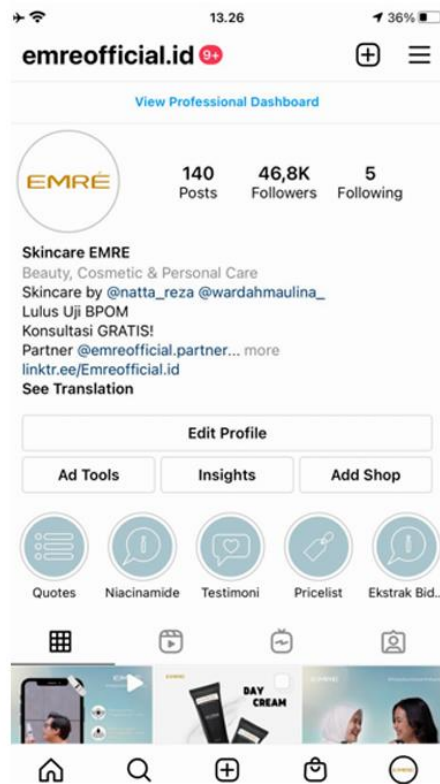


Gambar 2. Logo Glamourix

Sumber: Akun Sosial Media Glamourix (2023)

Company Analysis

Advertising (periklanan)



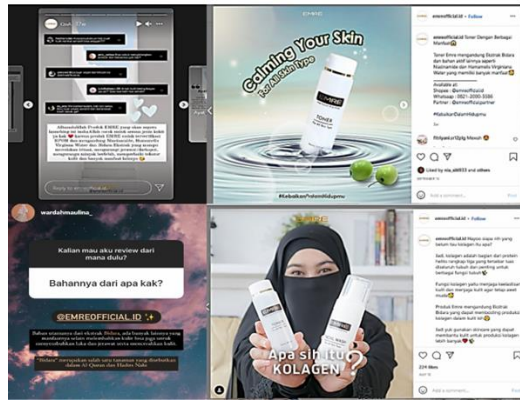
Gambar 3 Instagram Official Emre

Sumber: Sosial Media Instagram (2023)

Perusahaan GAI menggunakan brand ambassador dalam mengenalkan produk Emre. Dalam mengenalkan produk tersebut kepada konsumen, perusahaan menjalin kerjasama dengan influencer Natta Reza dan Wardah Maulina dari Jakarta untuk memperkenalkan produk Emre dengan *champagne* “Nikah Muda”. Agar produk Emre ini lebih berkarakter dengan adanya *influencer* Natta Reza dan Wardah Maulina sebagai *brand ambassador*, diharapkan konsumen dapat mempercayai dan membeli produk Emre, dikarenakan para *influencer* tersebut telah mencoba produk Emre. Contoh tampilan *advertising* di media sosial Instagram untuk *brand* Emre bisa dilihat pada **Gambar 3**.

Public Relation (hubungan masyarakat)

Proses promosi yang lainnya adalah *public relation* atau hubungan masyarakat, produk Emre melakukan aktivitas hubungan masyarakat terhadap konsumen walaupun tidak secara *face to face*, berdasarkan proses promosinya yang berbasis digital, produk Emre menjalin hubungan melalui sosial media Instagram seperti pada **Gambar 4** kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh Emre.



Gambar 4. Informasi di Feed dan Instastory IG produk Emre
Sumber: Sosial Media Instagram (2023)

Direct Marketing (pemasaran langsung)

Pada kegiatan *direct marketing* yang dilakukan Emre melakukan komunikasi menawarkan produk dengan konsumen bernama Cus 24 dan Listianah 460 dengan isi pesan akhir bulan *skincare* abis dan duit menipis *SeptEmre Ceria* (*checkout* meriah) berlaku tanggal 26-28 september melakukan order pembelian melalui link shopee dan mengisi format order memasukan nama, nomor telepon.

Sales Promo (promosi penjualan)

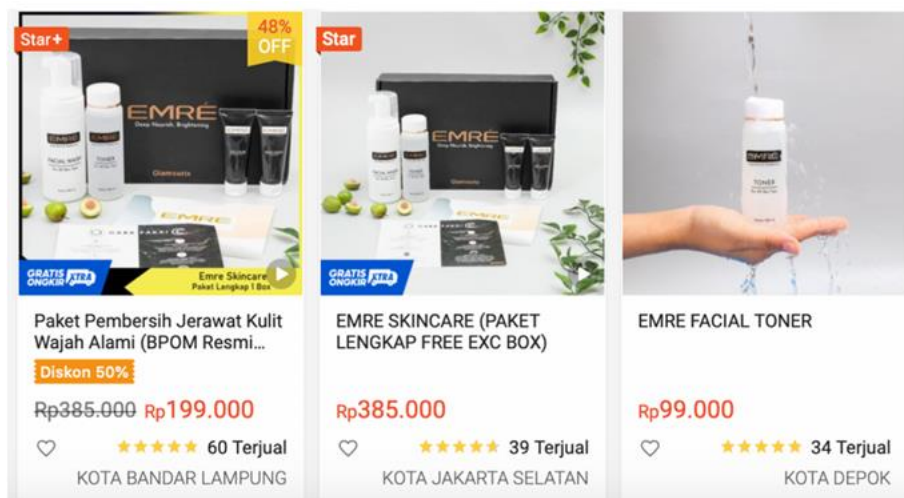
Sales promo adalah aktivitas promosi untuk memperkenalkan produk baik barang maupun jasa yang bertujuan untuk menaikkan angka penjualan dalam waktu jangka pendek. Produk Emre ini, membuat promosi bulanan yang selalu berjalan seperti diskon *sales* promo yang dilakukan oleh Emre, seperti spesial *harbolnas*, potongan harga, subsidi ongkir, paket bundling beli 1 gratis 1, Seperti **Gambar 5**, kegiatan *sales* promosi yang telah dilakukan untuk menawarkan produk Emre yaitu “*sale* merdeka discount 17.000+8% berlaku selama 8 hari mulai 15-22 Agustus 2021, *September ceria* berlaku 26-28 September 2021 promo 9% seperti **Gambar 5** di bawah ini atau memberikan harga spesial untuk orang-orang tertentu



Gambar 5. Sales promo di Instagram
Sumber: Sosial Media Instagram (2023)

Personal Selling Personal

Selling merupakan kegiatan memasarkan produk secara langsung dalam kegiatan ini *personal selling* dapat dilakukan secara *online*. Emre melakukan *personal selling* dengan bekerjasama dengan *reseller* dari berbagai daerah di Indonesia, *reseller* Emre berjualan melalui toko *online* seperti Shopee. Seperti pada **Gambar 6** di bawah ini kegiatan *personal selling reseller* dari Kota Bandar Lampung menjual produk Emre paket pembersih jerawat sebesar Rp. 199.000, *reseller* dari Kota Jakarta Selatan menjual produk Emre *skincare* paket lengkap *free EXC box* Rp. 385.000, *reseller* dari Depok menjual produk Emre *facial toner* Rp. 99.000.



Gambar 6 Personal Selling

Sumber: Shopee (2023)

Social Media Strategy

Content Seeding

Dalam kegiatan *content seeding* PT. GAI menggunakan *platform*, media sosial Instagram. Dalam Instagram PT. GAI yaitu produk *skincare* Emre, produk Emre ditawarkan melalui postingan *feeds* dengan menjelaskan produk Emre dan melakukan *games* ringan berupa kuis melalui *instastory* di Instagram selain kuis dan *game* di Instagram juga melakukan Q&A (*question and answer*) dalam sesi Q&A ini para calon konsumen bisa menanyakan mengenai produk *skincare* Emre seperti apa serta mencantumkan harga dari produk tersebut serta berkonsultasi dengan gratis.

Influencer Marketing

Kegiatan *social media strategy* yang dilakukan Emre lainnya melalui *influencer marketing*, *influencer marketing* ini biasanya menggunakan jasa selebritas, atau selebgram. Kegiatan ini menggunakan jasa artis yang memiliki pengikut yang banyak, untuk menarik konsumen mengikuti produk yang dipakai oleh artis tersebut. Dalam kegiatan ini PT. GAI selaku produsen *skincare* Emre menggunakan jasa selebgram Natta Reza dan Wardah Maulina yang masing-masing memiliki jumlah pengikut 2M dan 2,2M. Dalam penggunaan *brand ambassador* selebgram produk Emre dapat dikenal

oleh masyarakat Indonesia. Selebgram tersebut menjelaskan kelebihan dan kegunaan dari produk *skincare* Emre. Setelah bekerjasama dengan Natta Reza dan Wardah Maulina, *followers* dan jumlah transaksi *skincare* Emre bertambah.

Consumer Generate Reviews



Gambar 7. Consumer Generate Reviews
Sumber: Sosial Media Instagram (2023)

Dalam kegiatan ini testimoni dari masyarakat sangat dibutuhkan, karena *testimoni* tersebut dapat meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut aman digunakan. Dalam kegiatan ini PT. GAI memposting semua testimoni yang dilakukan konsumen di *social media* Instagram. Pada **Gambar 7** *consumer generate reviews* di bawah ini menampilkan wajah dari konsumen yang sudah menggunakan produk Emre, wajah dari konsumen menjadi lebih *glowing* bruntusan pada kening sudah hilang.

Competitor Analysis

Strategi promosi digital

1. JGlow

Dalam melakukan kegiatan promosi digital JGlow melakukan beberapa strategi sebagai berikut:

- a. *Advertising*: Story Instagram berisi tema *Intense Pulsed Light* dengan harga Rp. 650.000, menjadi Rp. 299.000, menampilkan wajah seorang konsumen sedang melakukan *treatment*
- b. *Personal selling*: *skincare* JGlow menjalin kerjasama dengan *reseller skincare* berasal dari Kabupaten Bandung, Bandung, dan Kota Serang, dengan masing-masing harga Rp. 75.000 Rp. 290.000. *Reseller* menjual produk JGlow *skincare* seperti paket *Acne whitening Skin Cream Glowing*, JGlow paket *Super Whitening Cream Skin Glowing*, JGlow *Skincare Super Whitening*.

- c. *Direct Marketing*: *Direct marketing* yang dilakukan oleh JGlow salah satunya dengan membuka klinik kecantikan, klinik JGlow memiliki konsep warna pink, warna pink sebagai simbol feminis, klinik JGlow didesain untuk wanita memanjakan dirinya sendiri.
- d. *Sales Promo*: Jawa Hewan, Barat 40243. Kegiatan *sales* promo JGlow yang dilakukan oleh JGlow seperti di bawah ini dengan menawarkan paket flek berisi *Face Toner AHA*, *Facial Cleanser Xpose*, *Brightening Night Cream*, *Sunscreen Natural Beige* dengan paket tersebut dijual seharga Rp. 260.000.
- e. *Public Relation*: Kegiatan *public relation* yang telah dilakukan oleh JGlow salah satunya tebak gambar produk kegiatan *public relation* pada kegiatan tersebut yang berhasil menjawab bisa mendapatkan hadiah produk kecantikan.

2. Wardah

Wardah adalah kompetitor Emre dalam memasarkan produk *skincare* karena Wardah dan Emre sama-sama melakukan penjualan *skincare*, Emre menawarkan produk *skincare* dengan bahan yang lebih alami seperti ekstra bidara yang dapat mencerahkan kulit secara alami. Dalam melakukan kegiatan promosi digital Wardah melakukan beberapa strategi sebagai berikut:

- a. *Advertising*: Kegiatan *advertising* yang dilakukan oleh Wardah dengan menawarkan produk melalui *instastory*, Wardah membuat *instastory* “gunakan *sunscreen* dengan perlindungan yang cukup dengan menampilkan produk *UV shield active protection serum SPF50 PA++++*, *UV shield light matte sun stick SPF50 PA++++*, *instastory* tersebut nantinya akan dilihat oleh *followers* Instagram Wardah dan masyarakat lainnya yang membutuhkan produk Wardah.
- b. *Personal selling*: *Personal selling* Wardah memberikan kesempatan untuk *reseller* distributor membuka toko khusus Wardah, toko Wardah menjual berbagai macam produk Wardah seperti *skincare*, serum wajah, toko Wardah sudah menjamin keaslian dari produk yang dijualnya.
- c. *Direct marketing*: *Direct marketing* yang telah dilakukan oleh Wardah salah satunya melakukan kerjasama dengan Watsons. Wardah memasok produk Wardah mulai dari *skincare*, *serum*, *make up* dan produk lainnya kepada Watsons contoh *direct marketing* Wardah, Watsons akan menjual produk Wardah di seluruh *outlet* Watsons. Konsumen yang berada di pusat perbelanjaan dapat membeli produk Wardah di *outlet* Watsons yang terletak di pusat perbelanjaan konsumen dapat membeli produk wardah di mana saja mulai dari toko *offline* Wardah hingga di Watsons yang terdapat di pusat perbelanjaan.
- d. *Sales promo*: *Sales* promo yang sudah dilakukan dengan membuat Wardah diskon sebesar 70%. Diskon 70% berlaku bagi produk wardah tertentu, kegiatan ini bertujuan konsumen dapat membeli produk Wardah dengan harga lebih terjangkau.

- e. *Public relation: Public relation* yang sudah dilakukan oleh Wardah yaitu *event* “bergerak hidupkan harapan” kegiatan tersebut berlangsung pada saat bulan suci Ramadhan, *event* tersebut mengajak seluruh konsumen wanita untuk memberanikan diri mewujudkan harapan dan bergerak bersama demi perubahan yang lebih baik untuk ke depan. *Event* tersebut juga memberikan mode *trend fashion* selama 2022 dengan *event* ini konsumen semakin banyak mengenal wardah.

Competitor Social Media Strategy JGlow

Competitor social media strategy ini digunakan untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan dari Emre serta kelebihan dan kekurangan dari kompetitor. Pada analisis ini kompetitor dari Emre yaitu *JGlow skincare*.

1. *JGlow social media strategy*

JGlow perusahaan *skincare* dibuat pada tahun 2012 perusahaan tersebut diberi nama dari Dr. Rossy. Produk ini memiliki banyak peminat dari berbagai kalangan terutama wanita. Ketika JGlow makin banyak diminati pada tahun 2018 menjadikan produk *JGlow skincare*.

2. *Social Media Activity*

JGlow Untuk menganalisis aktivitas media sosial dilakukan melalui observasi pada maret 2022. Instagram JGlow dibuat pada 13 Maret 2019. Pada Instagram *JGlow skincare* memiliki *followers* sebanyak 235 ribu dan *following* 262. *JGlow skincare* sudah memposting 746 ribu foto/video di *feed* Instagram sedangkan Youtube *JGlow skincare* memiliki *subscribers* 1.720, di dalam Youtube Official *JGlow skincare* terdapat 34 video yang telah di upload. Video tersebut berisikan tutorial menggunakan *skincare*, penjelasan mengenai produk serta menjelaskan mengenai perawatan di klinik *JGlow skincare*.

Competitor Social Media Strategy Wardah

Competitor social media strategy ini digunakan untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan dari Emre PT. GAI serta kelebihan dan kekurangan dari kompetitor. Pada analisis ini kompetitor dari Emre yaitu Wardah *skincare*.

1. *Wardah social media strategy*

Wardah perusahaan *skincare* dibuat pada tahun 1995 di bawah PT. Paragon Technology and Innovation, Wardah memiliki berbagai macam jenis produk kecantikan seperti *make-up*, *skincare*, *sunscreen* dan lain-lain.

2. *Social media activity* Wardah

Untuk menganalisis aktivitas media sosial dilakukan dengan cara melalui observasi pada April 2022. Instagram Wardah dibuat pada 19 Juli 2012 memiliki 2,9 juta pengikut yang sudah memposting 3.848 postingan di dalam aktivitas Instagram Wardah terdapat deskripsi produk, postingan *event* yang berjalan, mini games, dan *edukasi* mengenai produk *skincare* dan

kosmetik sedangkan Youtube Wardah kosmetik sudah memiliki 274 ribu pengikut di mana sudah memposting 698 video di mana postingan Wardah berisi mengenai video *campaign* dengan menggunakan produk Wardah dan berisi video motivasi untuk seluruh wanita Indonesia dengan narasumber artis senior seperti Dian Sastro dan Dewi Sandra.

Consumer Decision Making Process

1. Problem recognition

Pada proses pembelian pertama *problem recognition*, konsumen tertarik untuk membeli produk Emre PT GAI dikarenakan masalah kulit yang dialami. Hal ini dikarenakan produk Emre PT. GAI yang terbuat dari ekstrak bidara banyak memiliki manfaat untuk kesehatan kulit.

2. Information search

Pada tahap ini konsumen bisa mencari informasi mengenai produk Emre PT. GAI yang akan dibeli melalui iklan di media sosial melihat testimoni dari *followers* yang pernah menggunakan produk yang sama.

3. Alternative evaluation & selection

Pada tahap ini *alternative evaluation & selection* konsumen akan memikirkan kembali serta mengevaluasi produk yang akan dibeli. Sesuai dengan informasi yang didapat dari iklan media sosial dan testimoni dari *followers*.

4. Purchase

Dalam tahap ini konsumen sudah membeli produk *skincare* Emre, setelah membeli konsumen akan menggunakan produk tersebut secara rutin dengan harapan menggunakan produk *skincare* Emre dapat membantu permasalahan kulit yang dialami.

5. Post purchase behaviour

Setelah melakukan pembelian produk *skincare* Emre konsumen akan mengevaluasi kembali produk yang telah dibeli, apakah produk tersebut sudah dapat memuaskan konsumen, apakah produk tersebut dapat membantu konsumen dan memberikan manfaat. Setelah dirasakan hasil dari rutin pemakaian produk *skincare* Emre, konsumen dapat menyampaikan testimoniya di media sosial Emre PT. GAI.

Brand Image (desired)

Brand image yang dimiliki oleh PT. GAI dalam memasarkan produk *skincare* yaitu Emre merupakan produk *skincare* yang terbuat dari bahan alami dan terdapat bahan utama yaitu ekstrak bidara, bahan tersebut merupakan bahan alami dengan banyak manfaat. *Image* tersebut yang dipegang terus oleh produk Emre ditambah dengan *image* dari *owner* yang “seru dan islami” dan diterapkan pula di Emre.

1. *Strength of brand association*

Dalam hal ini di mana *brand* memposisikan bahwa produk yang dibuatnya dari bahan alami, ketika memperkenalkan produk yang akan dijual kepada konsumen perusahaan akan menyampaikannya dapat melalui iklan yang dibuat atau melalui bio di media sosial PT. GAI supaya konsumen ingat bahwa produk yang dibuat dari bahan alami.

2. *Favorability of brand association*

Pada kondisi ini PT. GAI harus meyakinkan kepada konsumen bahwa produk Emre yang terbuat dari bahan alami dapat menyelesaikan masalah kulit yang dialami oleh konsumen, sehingga konsumen dapat melakukan pembelian berulang sehingga *image* terbuat dari bahan alami semakin kuat.

3. *Uniqueness of brand association*

Kondisi *image* dari PT. GAI memiliki *image* yang unik dari pada kompetitor, dengan *image* terbuat dari bahan alami serta “seru dan islami” menjadikan kekuatan yang unik dari kompetitor *image* tersebut mudah untuk diingat oleh konsumen

Berdasarkan hal tersebut produk *skincare* Emre dari PT. GAI memiliki kekurangan dan kelebihan dari kompetitor. Kelebihan yang dimiliki oleh produk *skincare* Emre dari PT. GAI terletak pada bahan alami yang digunakan sehingga memunculkan *image* yang unik dari para kompetitornya. Dimana kebanyakan masyarakat beranggapan bahwa produk *skincare* yang terbuat dari bahan alami menimbulkan efek samping yang ringan. Sedangkan kelemahan dari produk *skincare* Emre dari PT. GAI yaitu kurangnya program promosi. Program promosi yang dilakukan oleh PT. GAI sebatas melalui media sosial sehingga belum dikenal kalangan luas. Selain itu, program promosi yang dilakukan belum sampai tahap melalui iklan digital seperti stasiun televisi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa: 1) Industri kecantikan dinamis dan terus berinovasi, terutama dalam menghadapi perubahan seperti pandemi Covid-19. Selain itu, pembelian produk kecantikan beralih dari toko *offline* menjadi *online* selama pandemi. Meskipun pendapatan industri kosmetik mengalami penurunan pada tahun 2020, tren *skincare* mengalami peningkatan pada tahun 2021. Perusahaan *skincare*, seperti PT. Glamourix Afa Indonesia (GAI), terlibat dalam strategi pemasaran digital untuk meningkatkan awareness produk. 2) Emre menggunakan media sosial, terutama Instagram, sebagai *platform* utama untuk mempromosikan produk *skincare*. Meskipun sudah ada upaya promosi digital, analisis data *account engaged* menunjukkan bahwa interaksi masih belum optimal, dan strategi promosi perlu diperluas. Hal ini disebabkan karena PT. GAI bersaing dengan merek lokal lainnya seperti J Glow dan Wardah yang sudah dikenal luas di masyarakat. Selain itu, kompetitor menggunakan berbagai strategi promosi digital, termasuk *influencer marketing*, *advertising*, *personal selling*, *direct marketing*, dan *sales promo*. 3) PT.

GAI menggunakan berbagai strategi promosi seperti *advertising*, *public relation*, *direct marketing*, *sales promo*, dan *personal selling*. Analisis kompetitor menunjukkan berbagai strategi yang digunakan oleh JGlow dan Wardah dalam memasarkan produk *skincare* mereka. Emre menggunakan *content seeding*, *influencer marketing*, dan *consumer-generated reviews* untuk membangun kehadiran di media sosial. 4) Konsumen melalui tahap-tahap proses keputusan pembelian, mulai dari permasalahan kulit, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, hingga evaluasi pasca-pembelian. *Brand image* Emre terkait dengan bahan alami, terutama ekstrak bidara, dan memiliki asosiasi yang unik, seperti "seru dan islami." Penting bagi PT. GAI untuk memperkuat *brand association* yang positif dan membedakan produknya dari kompetitor. 5) Diperlukan peningkatan strategi promosi digital Emre untuk mengoptimalkan interaksi *online*. PT. GAI perlu mempertimbangkan variasi dalam strategi promosi, termasuk kerjasama dengan perusahaan media kecantikan dan stasiun televisi. Pemahaman yang lebih mendalam tentang keputusan pembelian konsumen dapat membantu dalam menyusun strategi promosi yang lebih efektif.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat diberikan saran seperti, 1) Bagi perusahaan diharapkan dalam melakukan proses promosi sebaiknya menggunakan *platform* selain Instagram dan WhatsApp, kegiatan promosi digital dapat menjangkau masyarakat secara luas. 2) Supaya lebih cepat dikenali oleh konsumen, kegiatan promosi *digital* seperti *advertising* dapat bekerjasama dengan stasiun televisi nasional untuk membuat iklan *skincare* Emre, *public relation* mengadakan *event online* di *marketplace* Shopee TV dengan kegiatan *review* produk, *direct marketing* menawarkan produk *skincare* melalui group sosial media Facebook, *sales promo* seperti *voucher online* *sales anniversary*, *cash back*, *flash sale*. 3) Diharapkan PT. GAI sering membuat konten di Tiktok dan *live streaming* Shopee TV untuk menarik minat konsumen agar konsumen bisa membeli secara tiba-tiba ketika sedang mempromosikan suatu produk. 4) PT. GAI membuat iklan di televisi dengan memainkan perasaan konsumen agar meningkatkan awareness *skincare* kepada konsumen bahwa PT.GAI mempunyai produk *skincare* yaitu Emre. 5) Dapat bekerjasama dengan ritel Watsons untuk menjual produk *skincare*, supaya konsumen dapat membeli secara langsung dan melihat secara langsung produk *skincare* Emre dan bisa langsung digunakan di rumah.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2019). *Marketing*. Pearson Education, Limited.
- Clow, K. E. C., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Eighth Edition, Global Edition*. Harlow: Pearson Education.
- Coviello, N. , M. R. and M. (2010). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 15(4), 18–33. <https://doi.org/10.1002/dir.1020>
- Fitri, Yanti, (2017) Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Viva Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. *Skripsi thesis*, Universitas Muhammadiyah Palembang. <https://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/399/>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill
- Jackson, Aaron. (2020). *Instagram Marketing Mastery: Learn the Ultimate Secrets for Transforming Your Small Business or Personal Brand with The Power of Instagram Advertising for Beginners; Become a Famous Influencer*. London: Park Publishing House. Ltd.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measure, and Managing Brand Equity (4th ed.)*. Pearson Education.
- Kompas .(2022). *Apa saja tren 2022 pada industri kecantikan di Indonesia*. Diakses 8 Oktober 2022, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/08/115227420/apa-saja-tren-2022-pada-industri-kecantikan-di-indonesia?page=all#page2>
- Kotler, Philip. Amstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing*. London. Pearson.
- Mahalaxmi, K. R., dan Ranjith, P. (2016). A Study on Impact of Digital Marketing in Customer Purchase Decision in Trichy. *International Journal for Innovative Research in Science & Technology*, Volume 2, Issue 10, pp. 332-338, <https://www.ijirst.org/Article.php?manuscript=IJIRSTV2I10099>
- Maudilla, Safira, A., & Setiawan, Prabowo, P. (2020). Pengaruh Kualitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah, Makeover Dan Emina. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 139 – 151. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/download/9085/4257>
- Nasution, Asrizal Efendy., Putri, Linzzy Pratami., Lesmana, Muhammad Taufik. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 2019, hal 194-199. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3594>
- Novita, D., Astuti, L. S., & Lestari, F. A. P. (2020). Pengaruh Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be Glow Skincare. *In Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)*, Vol. 4, No. 1.

- Perreault, W. D., Cannon, P. J., & McCarthy, E. J. (2021). *Essentials of marketing: A marketing strategy planning approach*. McGraw-Hill.
- Perwitasari, N. H., & Putsanra, D. V. (2019). *Mengenal Arti Skincare dan Tahapan Merawat Kulit. Gaya Hidup*
- Reina, Koinworks (2022, 4 Maret). *Digital Marketing untuk Membangun Brand dan Penjualan Bisnis Skincare*. Diakses dari <https://koinworks.com/blog/digital-marketing-penjualan-bisnis-skincare/>
- Revitasari, F. (2019). *Mengenal Beauty 4.0: Tren Kecantikan yang Ikuti Revolusi Industri 4.0*. *IDN TIMES*.
- Safira (2020). Pengaruh Kualitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah, Makeover Dan Emina. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi.

Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan terhadap *Opini Audit Going Concern*

Joshua Adry Philander de Haan

Program Studi Sarjana Akuntansi Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
joshuadhn0605@gmail.com

Martdian Ratna Sari*

Program Studi Sarjana Akuntansi Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
martdianratnasari@gmail.com

(*) Penulis Korespondensi

Diterima: 08-09-2022 | Disetujui: 18-10-2022 | Dipublikasi: 31-10-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh kinerja finansial pada opini audit seputar keberlanjutan operasional perusahaan (*going concern*) ketika pandemi Covid-19 berlangsung. Hal ini dikarenakan isu *going concern* menjadi semakin relevan akibat dampak yang ditimbulkan oleh pandemi. Penelitian ini melibatkan 429 data sampel dari perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2019 hingga 2021. Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menggali korelasi antara profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, serta rasio aktivitas dengan pandangan audit terkait kelangsungan usaha (*going concern*). Data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan dan diakses melalui situs *web* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data ini adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ketika menganalisis variabel secara terpisah, *debt to assets ratio* dan *total assets turnover* memiliki dampak yang signifikan terhadap penilaian auditor mengenai kelangsungan usaha perusahaan (*going concern*). Namun, *return on assets*, *return on equity*, *gross profit margin*, *net profit margin*, *current ratio*, *quick ratio*, *cash ratio*, *debt to equity ratio*, *fixed asset turnover*, dan *inventory turnover* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap penilaian auditor mengenai kelangsungan usaha perusahaan (*going concern*).

Kata Kunci:

Profitabilitas; Likuiditas; Solvabilitas; Aktivitas; Opini Audit Going Concern.

ABSTRACT

This research aims to assess the influence of financial performance on going concern audit opinions during the Covid-19 pandemic. The going concern issue has become increasingly relevant due to the pandemic's impacts. The study involves 429 sample data from manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) from 2019 to 2021. The research method applied is associative research, which aims to explore the correlation between profitability, liquidity, solvency, and activity ratios with audit opinions related to the continuity of operations (going concern). The data analyzed in this study are quantitative data obtained from companies' financial reports and accessed through the official website of the Indonesia Stock Exchange (BEI). The statistical method used to analyze this data is logistic regression analysis. The research results reveal that when analyzing variables separately, the debt-to-assets ratio and total assets turnover have an impact on going concern audit opinions, while return on assets, return on equity, gross profit margin, net profit margin, current ratio, quick ratio, cash ratio, debt to equity ratio, fixed asset turnover, and inventory turnover do not have an impact on going concern audit opinions.

Keywords:

Profitability; Liquidity; Solvency; Activity; Going Concern Audit Opinion.

PENDAHULUAN

Tahun 2020 ditandai oleh fluktuasi ekonomi yang sangat besar di Indonesia karena penyebaran pandemi Covid-19 yang dimulai pada kuartal pertama tahun tersebut. Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik, pada awal penyebaran Covid-19 di kuartal pertama tahun 2020, pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya mencapai 2,97%. Angka ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan kuartal yang sama pada tahun 2019, yang mencapai 5,02%. Melemahnya pertumbuhan ekonomi nasional ini juga berdampak negatif pada industri manufaktur di Indonesia. Secara khusus, kinerja industri manufaktur nasional mulai mengalami penurunan yang signifikan pada bulan Maret 2020, ditandai dengan penurunan angka Indeks Manajer Pembelian (*Purchasing Managers' Index/PMI*) pada sektor manufaktur, yang merosot ke level terendah sebesar 27,5 pada bulan April 2020. Angka ini berada di bawah level 50 yang mengindikasikan kontraksi dalam aktivitas manufaktur, kecuali untuk industri peralatan kesehatan dan farmasi. Penurunan kapasitas produksi ini dipicu dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain menurunnya permintaan yang mengakibatkan penutupan pabrik, keterlambatan pengiriman dari pemasok yang mengganggu rantai pasokan, dan sebagai akibatnya, kendala likuiditas yang memicu kebutuhan modal kerja tambahan. Sebagai regulator, pemerintah telah mengambil serangkaian langkah untuk mengatasi dampak-dampak ini. Ini termasuk stimulus fiskal dan non-fiskal, seperti penyediaan fasilitas restrukturisasi kredit dan dorongan investasi. Tindakan-tindakan ini secara langsung telah berperan dalam menggerakkan pemulihan sektor manufaktur dan telah memberikan dukungan penting bagi ekonomi Indonesia. Situasi ini juga mempengaruhi pelaporan keuangan perusahaan sektor manufaktur tahun 2020, di mana laporan keuangan merupakan bentuk pertanggungjawaban dari manajemen kepada pemilik perusahaan yang mencerminkan kondisi aktual entitas tersebut, dan digunakan oleh pihak internal dan eksternal sebagai panduan dalam pengambilan keputusan. Dalam proses penyusunan laporan keuangan, entitas ekonomi harus mengikuti prinsip-prinsip akuntansi yang diakui secara umum untuk menghindari kesalahan akuntansi yang dapat berdampak pada posisi keuangan dan keputusan manajemen entitas ekonomi tersebut.

Laporan keuangan yang telah disiapkan oleh suatu perusahaan harus melewati tahap audit yang dilakukan oleh auditor independen sebelum laporan tersebut dapat disampaikan kepada masyarakat. Auditor independen bertanggung jawab untuk mengevaluasi dan memberikan penilaian sesuai dengan standar yang berlaku terhadap laporan keuangan tersebut. Dalam konteks ini, peran auditor independen adalah sebagai perantara antara dua pihak, yaitu manajemen (agensi) dan pemegang saham (prinsipal), sesuai dengan konsep teori agensi. Hal ini bertujuan untuk memahami perbedaan kepentingan antara kedua pihak dan untuk mengatasi potensi masalah informasi yang tidak seimbang. Tindakan audit dilakukan untuk menghindari penyajian laporan keuangan yang tidak akurat dan menyesatkan. Isu kelangsungan usaha (*going concern*) adalah salah satu isu yang semakin relevan akibat dampak yang ditimbulkan oleh pandemi. Asumsi kelangsungan usaha (*going concern*) mengasumsikan bahwa perusahaan harus memiliki kemampuan operasional yang memadai untuk menjaga kelangsungan

usahanya, sehingga auditor diharuskan menilai kemampuan perusahaan dalam menjaga kelangsungan usahanya, dan memberikan opini yang dicantumkan dalam laporan audit. Paragraf 6 SA 570 (2021), menyebutkan bahwa tanggung jawab auditor adalah untuk memperoleh cukup bukti audit yang relevan bahwa manajemen telah menggunakan asumsi kelangsungan usaha dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan dan untuk menyimpulkan apakah terdapat ketidakpastian material terkait kemampuan entitas untuk terus beroperasi sebagai kelangsungan usaha. Jika kondisi entitas dianggap buruk, maka auditor diharapkan untuk memberikan peringatan awal kepada pengguna/pembaca laporan keuangan mengenai kondisi entitas tersebut karena adanya kekhawatiran bahwa entitas tersebut mungkin akan mengalami kebangkrutan dalam waktu dekat akibat berbagai kendala yang juga dapat mempengaruhi citra entitas. Jika terdapat indikasi kuat bahwa suatu perusahaan akan mengalami kebangkrutan, maka auditor harus mengungkapkannya dalam laporan audit yang berkaitan dengan kelangsungan usaha (*going concern*) entitas dan menilai sejauh mana keraguan mengenai kemampuan entitas untuk mempertahankan status kelangsungannya dalam periode yang wajar, yaitu satu periode akuntansi setelah tanggal neraca sesuai dengan paragraf 17-20 ISA 570 (2021).

Kemungkinan entitas menghadapi tantangan untuk menjaga bisnisnya tetap beroperasi selalu ada, terutama dalam situasi krisis ekonomi dan keuangan. Tantangan ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk masalah eksternal yang berada di luar kendali entitas, seperti faktor politik dan kebijakan pemerintah. Di samping itu, entitas juga sering menghadapi tantangan internal, seperti masalah keuangan dan pengendalian internal. Kondisi keuangan menjadi salah satu aspek penting yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban dan mencapai profitabilitas dalam bisnisnya. Oleh karena itu, evaluasi kinerja keuangan menjadi elemen kunci dalam penilaian kelangsungan usaha perusahaan. Bagi sebuah entitas yang fokus pada profitabilitas, kinerja finansial menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Hal ini disebabkan karena indikator keberhasilan operasional perusahaan bukan hanya didasarkan pada tingkat keuntungan yang tinggi, tetapi juga pada kualitas kinerja finansialnya. Kinerja entitas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kondisi keuangannya secara keseluruhan. Karena itu, manajer perusahaan perlu terus memperbaiki kinerja finansial dengan menjaga stabilitas dan pertumbuhan melalui penerapan strategi yang efektif. Salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja finansial adalah analisis rasio keuangan. Dengan bantuan analisis rasio keuangan, kita dapat mendapatkan gambaran tentang kinerja dan stabilitas perusahaan selama periode tertentu. Analisis ini memiliki tujuan umum untuk mengidentifikasi tingkat profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan informasi finansial penting lainnya. Menurut Kasmir (2018), rasio keuangan mencakup berbagai jenis, termasuk rasio likuiditas, rasio solvabilitas atau leverage, rasio aktivitas, rasio profitabilitas, rasio pertumbuhan, dan rasio penilaian. Untuk melakukan analisis rasio keuangan yang komprehensif, diperlukan setidaknya dua laporan keuangan terbaru dari suatu entitas ekonomi per tahun buku.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menginvestigasi isu ini. Anggraini, dkk. (2021), menemukan bahwa rasio solvabilitas memiliki dampak pada opini audit *going concern*, sementara rasio profitabilitas dan likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Pravasanti (2017) juga menyatakan bahwa rasio aktivitas berpengaruh pada opini audit *going concern*, tetapi rasio likuiditas, solvabilitas/*leverage*, dan profitabilitas tidak memiliki dampak yang signifikan. Di sisi lain, studi yang dilakukan oleh Febriana, *et al.* (2016), menunjukkan bahwa rasio likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan aktivitas tidak mempengaruhi opini audit *going concern*. Namun, penelitian terbaru yang dilakukan oleh Arum, *et al.* (2022), mengonfirmasi bahwa kinerja keuangan, yang diukur dengan rasio solvabilitas, memiliki dampak signifikan pada opini audit *going concern*, sementara rasio aktivitas, likuiditas, dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Perbedaan dalam hasil-hasil dari penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan melalui rasio keuangan terhadap opini audit *going concern* belum konsisten. dan dalam penelitian-penelitian tersebut, peneliti hanya menguji satu rasio keuangan sebagai variabel tunggal yang mewakili aspek tertentu, baik itu berkaitan dengan aset atau modal, tanpa melibatkan pendekatan yang lebih komprehensif.

Dengan merinci literatur yang telah ada dan penelitian sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis terhadap pengaruh faktor-faktor kinerja keuangan, yang diwakili oleh rasio likuiditas, solvabilitas/*leverage*, aktivitas, dan profitabilitas, terhadap opini audit *going concern* yang diberikan oleh auditor independen. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris yang lebih kuat dan lebih komprehensif mengenai faktor-faktor keuangan yang mempengaruhi keputusan dalam memberikan opini audit *going concern*. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memperluas pemahaman dan pengetahuan terkait dengan opini audit *going concern*, dan akan menjadi referensi penting untuk penelitian selanjutnya. Secara praktis, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu auditor dalam mengambil keputusan yang lebih akurat dan didasarkan pada analisis yang mendalam terkait pemberian opini audit *going concern*. Hal ini terutama penting ketika perusahaan menunjukkan tanda-tanda ketidakpastian dalam kelangsungan usahanya dari segi keuangan. Di samping itu, hasil penelitian ini juga akan memberikan manfaat bagi manajer dalam mengelola perusahaan dengan lebih efektif, sehingga dapat menghindari situasi di mana auditor memberikan opini audit *going concern*. Bagi investor dan pemberi pinjaman, penelitian ini dapat menjadi panduan dalam mengevaluasi potensi kelangsungan usaha suatu perusahaan, yang akan berdampak pada keputusan mereka terkait investasi dan pemberian kredit.

METODE RISET

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2019 hingga 2021. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive*

sampling, yang merupakan metode non probabilitas. Seleksi sampel dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria pada **Tabel 1**.

Tabel 1: Kriteria Penarikan Sampel

| Keterangan | Jumlah |
|---|--------|
| Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. | 183 |
| Perusahaan manufaktur yang telah mempublikasikan laporan keuangan yang periode 2019-2021. | (9) |
| Perusahaan yang memiliki lampiran lengkap terkait laporan auditor independen periode 2019-2021. | 0 |
| Menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya. | (32) |
| Perusahaan manufaktur yang tidak delisting dari Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. | 0 |
| Perusahaan yang memenuhi kriteria sampel | 143 |
| Tahun pengamatan | 3 |
| Total sampel selama periode pengamatan | 429 |

Sumber: idx.co.id (2023)

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi:

Return on Assets (ROA)

Return on Investment (ROI) atau *Return on Assets* (ROA) adalah sebuah rasio yang mengindikasikan hasil (*return*) yang diperoleh dari jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2018). Berikut adalah rumus perhitungannya:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Return on Equity (ROE)

Return on equity atau rentabilitas modal sendiri adalah sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri (Kasmir, 2018). Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

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

Gross Profit Margin (GPM)

Margin laba kotor (*gross profit margin*) menggambarkan laba relatif terhadap perusahaan dengan cara mengurangi penjualan bersih dari harga pokok penjualan (Kasmir, 2018). Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

Net profit Margin (NPM)

Margin laba bersih (*net profit margin*) adalah ukuran keuntungan perusahaan dengan membandingkan laba setelah bunga dan pajak dengan penjualan (Kasmir, 2018). Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Current Ratio (CRR)

Rasio lancar (*current ratio*) adalah sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dalam kata lain, rasio ini menunjukkan sejauh mana aktiva lancar dapat menutupi kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo (Kasmir, 2018). Berikut adalah rumus perhitungannya:

$$CRR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Liabilitas Lancar}}$$

Quick Ratio (QR)

Rasio cepat atau *quick ratio* adalah rasio yang mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam membayar utang lancar atau utang jangka pendek tanpa memperhitungkan nilai persediaan (Kasmir, 2018). Berikut adalah rumus perhitungannya:

$$QR = \frac{(\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan})}{\text{Liabilitas lancar}}$$

Cash Ratio (CR)

Cash ratio digunakan untuk mengukur sejauh mana uang kas dan setara kas dapat digunakan untuk membayar utang lancar (Kasmir, 2018). Berikut adalah rumus perhitungannya:

$$CR = \frac{\text{Kas} + \text{Setara Kas}}{\text{Liabilitas Lancar}}$$

Debt to Equity Ratio (DER)

Rasio hutang terhadap modal (*debt to equity ratio*) adalah sebuah rasio yang digunakan untuk mengetahui setiap rupiah modal yang dijadikan jaminan hutang (Kasmir, 2018). Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Debt to Assets Ratio (DAR)

Rasio hutang terhadap aktiva (*debt to assets ratio*) adalah rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva, atau seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan uang atau seberapa besar pengaruh utang terhadap pengelolaan aktiva (Kasmir, 2018). Berikut adalah rumus perhitungannya:

$$DAR = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

Total Assets Turnover (TATO)

Total assets turnover adalah sebuah rasio aktivitas yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva (Kasmir, 2018). Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$TATO = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aset}}$$

Fixed Assets Turnover (FAT)

Fixed Assets Turnover adalah sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur apakah perusahaan sudah menggunakan kapasitas aktiva tetap sepenuhnya atau belum (Kasmir, 2018). Berikut adalah rumus perhitungannya:

$$FAT = \frac{\text{Penjualan}}{(\text{Rata - rata aset tetap})}$$

Inventory Turnover (IT)

Inventory turnover atau perputaran persediaan adalah rasio yang menunjukkan berapa kali dana yang ditanamkan dalam persediaan berputar dalam suatu periode (Kasmir, 2018). Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$IT = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{(\text{Rata - rata Persediaan})}$$

Variabel dependen pada penelitian ini:

Opini Audit *Going concern* (OGC)

Pengukuran opini audit *going concern* dalam penelitian ini menggunakan variabel *dummy*. Pengukuran dengan variabel *dummy* adalah teknik pengukuran untuk variabel yang berskala ukuran non metrik atau kategori, dengan memberikan kode *dummy* yang umumnya menggunakan kategori dan dinyatakan sebagai angka 1 atau 0. Kategori yang diberi nilai *dummy* 0 (nol) disebut *excluded group*, sedangkan kategori yang diberi nilai *dummy* 1 (satu) disebut *included group* (Mirer, 1990 dalam Ghozali, 2018). Oleh karena itu, dalam pengukuran variabel Y pada penelitian ini menggunakan variabel *dummy*, yang diklasifikasikan menjadi dua kategori sebagai berikut:

1. Perusahaan yang menerima opini audit wajar tanpa pengecualian, pendapat wajar dengan pengecualian, pendapat tidak wajar, atau pernyataan tidak memberikan pendapat, dan yang secara khusus menyinggung masalah kelangsungan usaha termasuk dalam kategori perusahaan yang memperoleh opini audit *going concern* dan diberi kode *dummy* 1.
2. Perusahaan yang menerima opini audit wajar tanpa pengecualian termasuk dalam kategori perusahaan yang memperoleh opini audit *non-going concern* dan diberi kode *dummy* 0.

Hipotesis penelitian

Hipotesis yang disusun dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Profitabilitas diproksikan oleh *Return on Assets* (ROA) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.

- H₂ : Profitabilitas diproksikan oleh *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₃ : Profitabilitas diproksikan oleh *Gross Profit Margin* (GPM) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₄ : Profitabilitas diproksikan oleh *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₅ : Likuiditas diproksikan oleh *Current Ratio* (CRR) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₆ : Likuiditas diproksikan oleh *Quick Ratio* (QR) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₇ : Likuiditas diproksikan oleh *Cash Ratio* (CR) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₈ : Solvabilitas diproksikan oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₉ : Solvabilitas diproksikan oleh *Debt to Assets Ratio* (DAR) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₁₀ : Aktivitas diproksikan oleh *Total Assets Turnover* (TATO) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₁₁ : Aktivitas diproksikan oleh *Fixed Assets Turnover* (FAT) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.
- H₁₂ : Aktivitas diproksikan oleh *Inventory Turnover* (IT) berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.

Prosedur Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah alat statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau memberikan gambaran data dengan mengacu pada nilai-nilai seperti rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi. Standar deviasi digunakan untuk mengindikasikan tingkat penyimpangan atau variasi dalam data. Jika suatu data memiliki standar deviasi yang tinggi dari nilai rata-rata (*mean*), maka ini menunjukkan adanya tingkat penyimpangan yang besar dan penyebaran data yang tidak merata. Standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum membantu dalam menggambarkan sejauh mana variasi variabel yang bersifat metrik, sementara variabel yang bersifat non-metrik dijelaskan melalui distribusi frekuensi variabel (Ghozali, 2018).

Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas (*independen*) dalam sebuah model regresi. Untuk melakukan uji multikolinieritas, kita dapat memeriksa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing

variabel independen. Apabila nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas dalam data tersebut (Ghozali, 2018).

Analisis Regresi Logistik

Dalam penelitian ini, digunakan analisis regresi logistik karena variabel dependennya berbentuk kategori atau data kualitatif yang telah dikonversi menjadi dua kategori dengan penggunaan kode *dummy*, yaitu perusahaan yang menerima opini audit *going concern* dan perusahaan yang menerima opini audit *non-going concern* (Ghozali, 2018). Model regresi logistik yang diterapkan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Ln} \frac{\text{OGC}}{1 - \text{OGC}} = \alpha + \beta_1 \text{ROA} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{GPM} + \beta_4 \text{NPM} + \beta_5 \text{CRR} + \beta_6 \text{QR} + \beta_7 \text{CR} + \beta_8 \text{DER} + \beta_9 \text{DAR} + \beta_{10} \text{TATO} + \beta_{11} \text{FAT} + \beta_{12} \text{IT} + \varepsilon$$

Keterangan:

| | | | | | |
|------------------------|---|---|---------------|---|--|
| OGC | : | <i>Opini audit going concern</i> (1 = opini audit <i>going concern</i> ; 0 = opini audit <i>non-going concern</i>) | CR | : | <i>Cash ratio</i> |
| α | : | Konstanta | DER | : | <i>Debt to equity ratio</i> |
| $\beta_1 - \beta_{12}$ | : | Koefisien regresi | DAR | : | <i>Debt to assets ratio</i> |
| ROA | : | <i>Return on assets</i> | TATO | : | <i>Total assets turnover</i> |
| ROE | : | <i>Return on equity</i> | FAT | : | <i>Fixed assets turnover</i> |
| GPM | : | <i>Gross profit margin</i> | IT | : | <i>Inventory turnover</i> |
| NPM | : | <i>Net profit margin</i> | ε | : | <i>Error term</i> atau kesalahan <i>residual</i> |
| CRR | : | <i>Current ratio</i> | | | |
| QR | : | <i>Quick ratio</i> | | | |

Analisis regresi logistik (*logistic regression*) adalah sebuah metode regresi yang digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat probabilitas terjadinya variabel dependen yang dapat diprediksi oleh variabel independen. Salah satu keunggulan analisis regresi logistik adalah bahwa metode ini tidak memerlukan asumsi bahwa variabel independen harus memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Oleh karena itu, dalam analisis regresi logistik, tidak diperlukan pengujian normalitas, pengujian heteroskedastisitas, atau pengujian asumsi klasik pada variabel independen. Proses analisis regresi logistik dilakukan melalui empat tahap pengujian seperti yang dijelaskan oleh Ghozali (2018), yaitu:

1. Menilai Keseluruhan Model (*overall model fit*): Tahap ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana model regresi logistik sesuai dengan data yang ada.
2. Menguji Kelayakan Model Regresi (*goodness of fit test*): Pengujian ini dilakukan untuk memeriksa sejauh mana model regresi logistik memiliki tingkat kesesuaian yang baik dengan data yang diobservasi.
3. Koefisien Determinasi (*nagelkerke's r square*): Koefisien ini digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen.
4. Matriks Kualifikasi: Matriks ini digunakan untuk mengevaluasi kualitas model regresi logistik dan kemampuannya dalam mengklasifikasikan observasi ke dalam kategori yang benar.

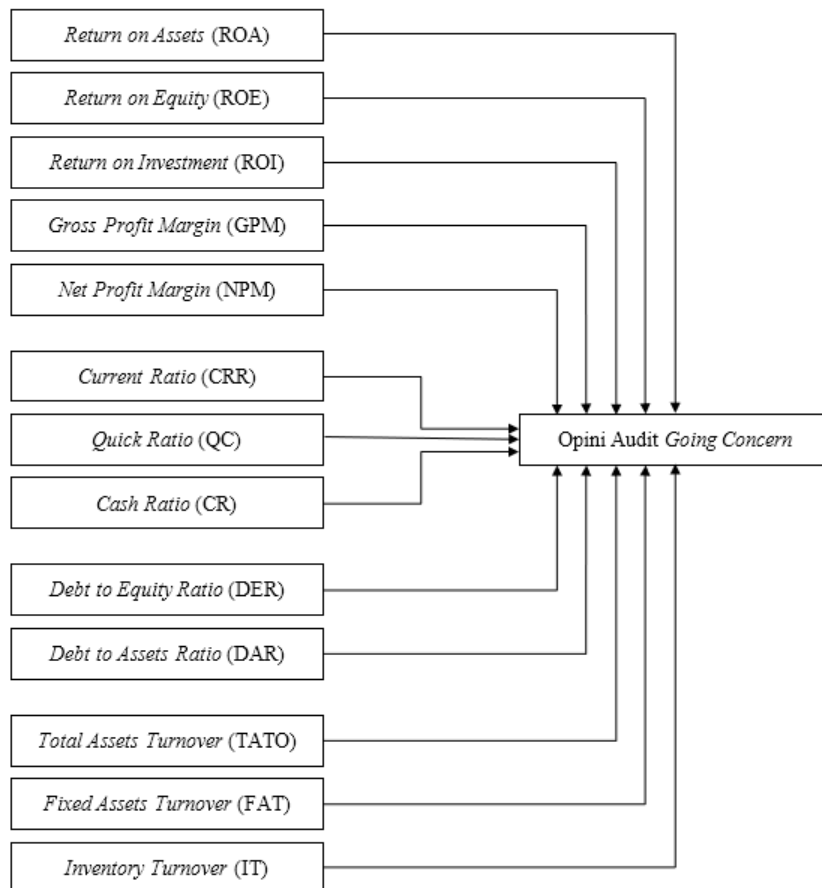
Uji Hipotesis

Uji Parsial t (Uji Wald)

Uji Wald (t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Untuk mengetahui nilai uji wald (uji t), tingkat signifikansi sebesar 5%. (Ghozali, 2018). Adapun kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan $p\text{-value} > 0.05$ maka H_0 diterima, artinya salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan $p\text{-value} < 0.05$ maka H_0 ditolak, artinya salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Kerangka Analisis



Gambar 1. Kerangka Penelitian
Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yang telah dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan data pada **Tabel 2** dan **Tabel 3**.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

| <i>Descriptive Statistics</i> | | | | | |
|-------------------------------|-----|----------|-----------|--------|----------------|
| | N | Min. | Max. | Mean | Std. Deviation |
| ROA | 429 | -1.0498 | 0.6918 | 0.0332 | 0.1179 |
| ROE | 429 | -4.1125 | 1.4529 | 0.0211 | 0.4180 |
| GPM | 429 | -56.9593 | 1.0000 | 0.0261 | 2.8296 |
| NPM | 429 | -33.5397 | 155.4604 | 0.2077 | 7.7967 |
| CRR | 429 | 0.0569 | 312.7882 | 4.7295 | 23.8127 |
| QR | 429 | 0.0156 | 312.7882 | 3.6588 | 22.9175 |
| CR | 429 | 0.0001 | 311.2506 | 2.2775 | 19.9649 |
| DER | 429 | -30.1050 | 138.8433 | 1.5777 | 7.4759 |
| DAR | 429 | 0.0020 | 3.9524 | 0.5111 | 0.3910 |
| TATO | 429 | 0.0000 | 6.9539 | 0.8762 | 0.6116 |
| FAT | 429 | 0.0000 | 338.5366 | 4.7960 | 19.0410 |
| IT | 429 | 0.0000 | 1022.9851 | 7.2161 | 50.0167 |
| Valid N (listwise) | 429 | | | | |

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Tabel 3. Uji Statistik Deskriptif (Frekuensi)

| <i>Opini Audit Going concern (OGC)</i> | | | | | |
|--|--------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | <i>Opini non going concern</i> | 346 | 80.7 | 80.7 | 80.7 |
| | <i>Opini going concern</i> | 83 | 19.3 | 19.3 | 100.0 |
| Total | | 429 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Berdasarkan **Tabel 3** hasil analisis statistik deskriptif frekuensi dari variabel opini audit *going concern* (OGC) menunjukkan bahwa frekuensi munculnya opini audit *going concern* adalah sebanyak 19,3% (83/429) dari data perusahaan yang diteliti. Sementara itu, frekuensi munculnya opini *non-going concern* adalah sebanyak 80,7% (346/429) dari data perusahaan yang diteliti.

Analisis Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Hasil uji Multikolinieritas mengindikasikan adanya masalah Multikolinieritas pada variabel yang diuji. Dalam hal ini, variabel *Current Ratio* (CRR) memiliki *tolerance* sebesar 0,006 dan VIF sebesar 178,764. Variabel *Quick Ratio* (QR) memiliki *tolerance* sebesar 0,003 dan VIF sebesar 297,055. Sementara itu, variabel *Cash Ratio* (CR) memiliki *tolerance* sebesar 0,030 dan VIF sebesar 33,297. Untuk mengatasi masalah Multikolinieritas ini, peneliti memutuskan untuk melakukan eliminasi data sampel. Eliminasi data difokuskan pada variabel independen yang mengalami multikolinieritas, yaitu *Current Ratio* (CRR), *Quick Ratio* (QR), dan *Cash Ratio* (CR). Dalam proses eliminasi data sampel ini, peneliti mengeliminasi 20 data sampel perusahaan. Sehingga, setelah proses eliminasi, jumlah data yang tetap diuji adalah sebanyak 409 data sampel perusahaan. Hasil uji multikolinieritas setelah dilakukan eliminasi data sampel dapat dilihat pada **Tabel 4**. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas. Hal ini terbukti dari nilai *tolerance* yang melebihi 0.10 untuk setiap variabel independen, serta nilai VIF dari keseluruhan variabel independen yang kurang dari 10.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

| <i>Coefficients^a</i> | | | |
|---------------------------------|-------|--------------------------------|------------|
| Model | | <i>Collinearity Statistics</i> | |
| | | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> |
| 1 | ROA | 0.637 | 1.569 |
| | ROE | 0.570 | 1.754 |
| | GPM | 0.152 | 6.567 |
| | NPM | 0.157 | 6.387 |
| | CRR | 0.162 | 6.181 |
| | QR | 0.101 | 9.865 |
| | CR | 0.260 | 3.845 |
| | DER | 0.718 | 1.392 |
| | DAR | 0.715 | 1.399 |
| | TATO | 0.406 | 2.461 |
| | FAT | 0.104 | 9.606 |
| IT | 0.140 | 7.131 | |

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Hasil Analisis Regresi Logistik

Hasil Uji Keseluruhan Model Fit (*Overall Model Fit Test*)

Hasil uji kesesuaian model secara keseluruhan disajikan dalam **Tabel 5**. Berdasarkan hasil tabel tersebut, perbandingan antara -2LogL (Blok nomor = 0) dan -2LogL (Blok nomor = 1) menunjukkan adanya penurunan, sehingga H0 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi semakin baik dalam memprediksi pemberian opini audit *going concern* setelah memasukkan variabel independen ke dalam model, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Penurunan sebesar 91,363 (395,663 - 304.300) menunjukkan peningkatan kualitas model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Overall Model Fit Test (Iteration History)

| <i>Iteration History</i> | | | | | |
|---------------------------------|------------------|--------------------------|--------------------------------|------------------|--------------------------|
| <i>Block 0: Beginning Block</i> | | | <i>Block 1: Method = Enter</i> | | |
| | <i>Iteration</i> | <i>-2 Log likelihood</i> | | <i>Iteration</i> | <i>-2 Log likelihood</i> |
| Step 0 | 1 | 398.665 | Step 1 | 1 | 328.863 |
| | 2 | 395.674 | | 2 | 307.661 |
| | 3 | 395.663 | | 3 | 304.625 |
| | 4 | 395.663 | | 4 | 304.366 |
| | | | | 5 | 304.316 |
| | | | | 6 | 304.301 |
| | | | | 7 | 304.300 |
| | | | | 8 | 304.300 |
| | | | | 9 | 304.300 |

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Hasil Uji Kelayakan Model Regresi (*Goodness of Fit Test*)

Hasil uji *goodness of fit fit test* disajikan dalam **Tabel 6**. Dalam tabel hasil uji *hosmer and lemeshow goodness of fit test* tersebut menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,111 > 0,05$. Oleh karena itu, model regresi dianggap layak dan mampu untuk memprediksi nilai observasi.

Tabel 4.6: Hasil Uji Goodness of Fit Test

| <i>Hosmer and Lemeshow Test</i> | | | |
|---------------------------------|-------------------|-----------|-------------|
| <i>Step</i> | <i>Chi-square</i> | <i>df</i> | <i>Sig.</i> |
| 1 | 13.019 | 8 | 0.111 |

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Nagelkerke's R Square*)

Hasil uji *nagelkerke r square* disajikan dalam **Tabel 7**. Berdasarkan tersebut yang dihasilkan dari analisis regresi logistik menggunakan SPSS, didapatkan nilai koefisien determinasi *nagelkerke's r square* sebesar 0,323. Nilai ini mengindikasikan bahwa variabel independen yang diuji mampu menjelaskan sebesar 32,3% variasi dalam variabel opini audit *going concern*. Sementara itu, sebesar 67,7% dari variasi tersebut tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 7. Hasil Uji Nagelkerke's R Square

| Step | Model Summary | | |
|------|----------------------|----------------------|---------------------|
| | -2 Log likelihood | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
| 1 | 304.300 ^a | 0.200 | 0.323 |

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Hasil Uji Matroks Kuanifikasi

Matriks klasifikasi hasilnya dapat ditemukan dalam **Tabel 8**. Berdasarkan tersebut, model regresi logistik memiliki kemampuan untuk memprediksi pemberian opini audit *going concern* atau opini audit non-*going concern* sebesar 83,9%. Probabilitas perusahaan menerima opini audit *going concern* adalah 23,4% (18/77) dari total 409 sampel data, sementara probabilitas perusahaan menerima opini audit non-*going concern* adalah 97,9% (325/332) dari total 409 sampel data.

Tabel 8. Klasifikasi Opini Audit

| Observed | | Predicted | | Percentage Correct | |
|--------------------|-----|-------------------------|---------------------|--------------------|------|
| | | OGC | | | |
| | | Opini non going concern | Opini going concern | | |
| Step 1 | OGC | Opini non going concern | 325 | 7 | 97.9 |
| | | Opini going concern | 59 | 18 | 23.4 |
| Overall Percentage | | | | | 83.9 |

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Hasil Uji Hipotesis Parsial

Hasil uji hipotesis parsial disajikan dalam Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Parsial

| | | Variables in the Equation | | | | |
|---------------------|----------|---------------------------|-------|-------|----|-------|
| | | B | S.E. | Wald | df | Sig. |
| Step 1 ^a | ROA | -2.900 | 2.289 | 1.604 | 1 | 0.205 |
| | ROE | -0.430 | 0.607 | 0.502 | 1 | 0.478 |
| | GPM | -0.394 | 0.570 | 0.477 | 1 | 0.490 |
| | NPM | -0.091 | 0.297 | 0.095 | 1 | 0.758 |
| | CRR | 0.153 | 0.219 | 0.491 | 1 | 0.483 |
| | QR | -0.077 | 0.397 | 0.037 | 1 | 0.847 |
| | CR | -0.804 | 0.553 | 2.114 | 1 | 0.146 |
| | DER | 0.007 | 0.025 | 0.066 | 1 | 0.797 |
| | DAR | 1.607 | 0.736 | 4.776 | 1 | 0.029 |
| | TATO | -1.350 | 0.437 | 9.527 | 1 | 0.002 |
| | FAT | 0.028 | 0.036 | 0.605 | 1 | 0.437 |
| | IT | -0.011 | 0.032 | 0.126 | 1 | 0.722 |
| | Constant | -1.245 | 0.641 | 3.774 | 1 | 0.052 |

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Berdasarkan **Tabel 9**, hasil uji hipotesis parsial menunjukkan:

1. Konstanta (α) memiliki koefisien -1,245, yang berarti jika semua variabel independen memiliki nilai yang tetap, maka kemungkinan perusahaan menerima opini audit *going concern* (OGC) dari auditor eksternal akan berkurang sebesar 1,245.
2. Variabel *Return on Assets* (ROA) memiliki koefisien -2,900 (berhubungan negatif) dengan signifikansi $0,205 > 0.05$, sehingga hipotesis (H1) ditolak.
3. Variabel *Return on Equity* (ROE) memiliki koefisien -0,430 (berhubungan negatif) dengan signifikansi $0,478 > 0.05$, sehingga hipotesis (H2) ditolak.
4. Variabel *Gross Profit Margin* (GPM) memiliki koefisien -0,394 (berhubungan negatif) dengan signifikansi $0,490 > 0.05$, sehingga hipotesis (H4) ditolak.
5. Variabel *Net Profit Margin* (NPM) memiliki koefisien -0,091 (berhubungan negatif) dengan signifikansi $0,758 > 0.05$, sehingga hipotesis (H5) ditolak.
6. Variabel *Current Ratio* (CRR) memiliki koefisien 0,153 (berhubungan positif) dengan signifikansi $0,483 > 0.05$, sehingga hipotesis (H6) ditolak.
7. Variabel *Quick Ratio* (QR) memiliki koefisien -0,077 (berhubungan negatif) dengan signifikansi $0,847 > 0.05$, sehingga hipotesis (H7) ditolak.
8. Variabel *Cash Ratio* (CR) memiliki koefisien -0,804 (berhubungan negatif) dengan signifikansi $0,146 > 0.05$, sehingga hipotesis (H8) ditolak.
9. Variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki koefisien 0,007 (berhubungan positif) dengan signifikansi $0,797 > 0.05$, sehingga hipotesis (H9) ditolak.
10. Variabel *Debt to Assets Ratio* (DAR) memiliki koefisien 1,607 (berhubungan positif) dengan signifikansi $0,029 < 0.05$, sehingga hipotesis (H10) diterima.
11. Variabel *Total Assets Turnover* (TATO) memiliki koefisien -1,350 (berhubungan negatif) dengan signifikansi $0,002 < 0.05$, sehingga hipotesis (H11) diterima.
12. Variabel *Fixed Assets Turnover* (FAT) memiliki koefisien 0,028 (berhubungan positif) dengan signifikansi $0,437 > 0.05$, sehingga hipotesis (H12) ditolak.
13. Variabel *Inventory Turnover* (IT) memiliki koefisien -0,011 (berhubungan negatif) dengan signifikansi $0,722 > 0.05$, sehingga hipotesis (H13) ditolak.

Pembahasan

Return on Assets (ROA) terhadap Pemberian Opini Audit Going Concern

Hasil penelitian ini menunjukkan penolakan terhadap hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa *Return on Assets* (ROA) memiliki pengaruh terhadap opini audit *going concern*. Hal ini didasarkan pada tingkat signifikansi ROA sebesar 0,205, yang secara signifikan lebih tinggi daripada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, secara parsial, penelitian ini membuktikan bahwa ROA tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nababan, *et al.*

(2022), yang juga menemukan bahwa ROA tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Return on Equity (ROE) terhadap Pemberian Opini Audit *Going Concern*

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₂) yang mengklaim bahwa *Return on Equity* (ROE) memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* tidak diterima. Ini disebabkan oleh tingkat signifikansi ROE sebesar 0,478, yang secara signifikan lebih tinggi dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa ROE tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Anggraini, Pusparini, & Hudaya (2021), yang juga menemukan bahwa ROE tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Gross Profit Margin (GPM) terhadap Pemberian Opini Audit *Going Concern*

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₃) yang mengklaim bahwa *Gross Profit Margin* (GPM) memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* tidak diterima. Ini diperlihatkan oleh nilai tingkat signifikansi GPM sebesar 0,490, yang secara signifikan melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa GPM tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Haribowo (2013), yang juga menemukan bahwa GPM tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Net Profit Margin (NPM) terhadap Pemberian Opini Audit *Going Concern*

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan penolakan terhadap hipotesis (H₄) yang mengklaim bahwa *Net Profit Margin* (NPM) memiliki dampak terhadap opini audit *going concern*. Hal ini didukung oleh nilai tingkat signifikansi NPM sebesar 0,758, yang secara signifikan melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa NPM tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Sari (2020), yang juga menemukan bahwa NPM tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Current Ratio (CRR) terhadap Pemberian Opini Audit *Going Concern*

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan penolakan terhadap hipotesis (H₅) yang mengklaim bahwa *Current Ratio* (CRR) memiliki dampak terhadap opini audit *going concern*. Hal ini didukung oleh nilai tingkat signifikansi CRR sebesar 0,483, yang secara signifikan melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa CRR tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

Nababan, *et al.* (2022), Sari (2020), dan Susanto (2009), yang juga menemukan bahwa CRR tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Quick Ratio (QR) terhadap Pemberian Opini Audit *Going Concern*

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₆) yang mengklaim bahwa *Quick Ratio* (QR) memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* ditolak. Hal ini dapat dilihat dari nilai tingkat signifikansi QR sebesar 0,146, yang secara signifikan melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa QR tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susanto (2009), yang juga menemukan bahwa QR tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari (2020), yang menunjukkan bahwa QR memiliki dampak negatif terhadap opini audit *going concern*.

Cash Ratio (CR) terhadap Pemberian Opini Audit *Going Concern*

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₇) yang mengklaim bahwa *Cash Ratio* (CR) memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* ditolak. Hal ini terlihat dari nilai tingkat signifikansi CR yang mencapai 0,146, yang secara signifikan melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa CR tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggraini, Pusparini, dan Hudaya (2021), yang juga menemukan bahwa CR tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Pemberian Opini Audit *Going Concern*

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₈) yang mengklaim bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* ditolak. Hal ini terlihat dari nilai tingkat signifikansi DER yang mencapai 0,797, yang secara signifikan melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa DER tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Endiana dan Suryandari (2021), yang menunjukkan bahwa DER tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hal ini juga berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggraini, Pusparini, dan Hudaya (2021) serta Juanda dan Lamur (2021) yang menemukan bahwa DER memiliki dampak terhadap opini audit *going concern*.

Debt to Assets Ratio (DAR) terhadap Pemberian Opini Audit Going Concern

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₉) yang menyatakan bahwa *Debt to Assets Ratio (DAR)* memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* diterima. Hal ini terlihat dari nilai tingkat signifikansi DAR yang mencapai 0,029, yang secara signifikan lebih rendah dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa DAR memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Halim (2021), yang menunjukkan bahwa DAR memiliki dampak terhadap opini audit *going concern*. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nababan, *et al.* (2022) yang menemukan bahwa DAR tidak memiliki dampak terhadap opini audit *going concern*.

Total Assets Turnover (TATO) terhadap Pemberian Opini Audit Going Concern

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₁₀) yang menyatakan bahwa *Total Assets Turnover (TATO)* memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* diterima. Hal ini terlihat dari nilai tingkat signifikansi TATO yang mencapai 0,002, yang secara signifikan lebih rendah dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa TATO memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widhiastuti & Kumalasari (2022) dan Febriana & Sofianti (2016) yang menemukan bahwa TATO tidak memiliki dampak terhadap opini audit *going concern*.

Fixed Assets Turnover (FAT) terhadap Pemberian Opini Audit Going Concern

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₁₁) yang mengklaim bahwa *Fixed Assets Turnover (FAT)* memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* ditolak. Hal ini terlihat dari nilai tingkat signifikansi FAT yang mencapai 0,711, yang secara signifikan melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa FAT tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arum, *et al.* (2022), yang juga menemukan bahwa FAT tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Inventory Turnover (IT) terhadap Pemberian Opini Audit Going Concern

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, hipotesis (H₁₂) yang mengklaim bahwa *Inventory Turnover (IT)* memiliki dampak terhadap opini audit *going concern* ditolak. Hal ini terlihat dari nilai tingkat signifikansi IT yang mencapai 0,722, yang secara signifikan melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini secara parsial, dapat disimpulkan bahwa IT tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini

audit *going concern*. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pravasanti & Indriaty (2017), yang juga menemukan bahwa IT tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap opini audit *going concern*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan terhadap pengujian statistik dengan menggunakan analisis regresi logistik biner, ditemukan bahwa dalam konteks pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap opini audit *going concern*, hanya *Debt to Assets Ratio* (DAR) dan *Total Assets Turnover* (TATO) yang memiliki dampak signifikan terhadap pemberian opini audit *going concern* oleh auditor. Sementara itu, variabel *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Current Ratio* (CRR), *Quick Ratio* (QR), *Cash Ratio* (CR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Fixed Assets Turnover* (FAT), dan *Inventory Turnover* (IT) tidak memiliki dampak signifikan terhadap pemberian opini audit *going concern* oleh auditor.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya adalah penggunaan sampel penelitian yang terbatas pada perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria *purposive sampling*, sehingga tidak mencakup seluruh industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam periode pengamatan, yaitu hanya selama tiga tahun dari 2019 hingga 2021, sehingga tidak dapat mengamati tren penerimaan opini audit *going concern* oleh auditor dalam jangka panjang.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mempertimbangkan penggunaan sampel dari berbagai sektor industri, mengambil tahun terbaru sesuai dengan penelitian yang dilakukan, dan memperluas rentang periode pengamatan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mencoba mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi opini audit *going concern*, baik faktor keuangan maupun non-keuangan. Jika penelitian menghadapi masalah multikolinearitas, penelitian tersebut dapat mencoba berbagai metode penormalisasian data selain eliminasi data sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan harapan mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., Pusparini, H., Hudaya, R. (2021). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap opini audit going concern. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, Vol. 6 No. 1. <https://dx.doi.org/10.29303/jaa.v6i1.106>
- Arum, G.K.I., Hastuti, A.W., & Suprayitno, A. (2022). Effect of financial performance on going concern audit opinion. *International Journal of Research in Social Science and Humanities (IJRSS)*. Vol. 3(8). <https://doi.org/10.47505/ijrss.2022.v3.8.6>
- Chandrarin, G. (2017). *Metode riset akuntansi pendekatan kuantitatif*. Salemba Empat. Jakarta.
- Febriana, D., & Sofianti, S.P.D. (2016). Analisis pengaruh rasio likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, aktivitas dan opini audit going concern tahun sebelumnya terhadap opini audit going concern studi empiris pada perusahaan real estate & property yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2010-2013. *BiSNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 4 No. 1. <http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v4i1.1684>
- Fortuna, J., Silviana, S., Jerriko, C., & Sipahutar, T.T.U., (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi opini audit going concern terhadap nilai keuangan perusahaan manufaktur consumer goods industry. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, Vol. 5 No. 2. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.477>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (A. Tejkusumo (ed.); Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gregory, DS & Bader, K. (2018). *Logistic and linear regression assumptions: Violation recognition and control*. SESUG Paper 247-2018
- Halim, K. I. (2021). Pengaruh leverage, opini audit tahun sebelumnya, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap opini audit going concern. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, Vol. 5 No. 1. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.348>
- Haribowo, I. (2013). Analisis perbandingan pengaruh kualitas audit, likuiditas, solvabilitas, profitabilitas terhadap opini audit going concern. *Study & Accounting Research*, Vol.X(3), 2013. <https://doi.org/10.55916/jsar.v10i3.42>
- Harjito, Y. (2015). Analisis kecenderungan penerimaan opini audit going concern pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Akuntansi*, 19(1), 31-49. <https://doi.org/10.24912/ja.v19i1.112>
- Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI). (2021). *Keberlangsungan Usahan*. Jakarta: SA No. 570
- Jensen, M., C., & W. Meckling. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure. *Journal of Finance Economic*, 3:305-360, [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
-

- Juanda, A., & Lamur, T.F. (2021). Kualitas audit, profitabilitas, leverage dan struktur kepemilikan terhadap opini audit going concern. *Jurnal Akademi Akuntansi*, Vol. 4 No. 2. <http://dx.doi.org/10.22219/jaa.v4i2.17993>
- Kasmir. (2018). *Analisis laporan keuangan*. Edisi Pertama Cetakan Kesebelas. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Nababan, M. C., Damanik, O. R. S., Maghfirah, M., & Hayati, K. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan solvabilitas terhadap opini audit going concern pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, Vol. 5 No. 2. <https://dx.doi.org/10.33395/owner.v6i1.583>
- Pradesa, E. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi opini audit going concern pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Fairness*, 9(1), 59-76. <https://doi.org/10.33369/fairness.v9i1.15222>
- Pravasanti, Y.A. (2017). Rasio keuangan: Pemberian opini audit going concern oleh auditor. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, Vol. 17(2), <http://dx.doi.org/10.29040/jap.v17i02.16>
- Sari, P. C. (2020). Pengaruh audit lag, profitabilitas dan likuiditas terhadap opini audit going concern pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, Vol. 1 No. 1. <https://doi.org/10.37531/biemr.v3i1.680>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan R&D*. Edisi Ketiga. Alfabeta. Bandung.
- Susanto, Y.K. (2009). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan opini audit going concern pada perusahaan sektor manufaktur. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11 No. 3. <https://dx.doi.org/10.34208/jba.v11i3.242>
- Widhiastuti, N.L.P., & Kumalasari, P.D. (2022). Opini audit going concern dan faktor-faktor penyebabnya. *Akurasi: Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5(1), 2022, Hal. 121-138. <https://doi.org/10.29303/akurasi.v5i1>
- Wardayati, S.M., Sulistiyo, A.B., Junusi, R., Alamsyah, Afnany, L. (2017). Impact of companies' financial condition and growth toward acceptance of going concern audit opinion: Empirical study at company listed in the Jakarta Islamic Index (JII) (July 8, 2017). *Accounting and Finance Review (AFR)* Vol. 2(3) 2017, 1-10, <https://ssrn.com/abstract=3008271>
- Widoretno, A. (2019). Factors that influence the acceptance of going concern audit opinion on manufacture companies. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 2(1), 49-57, <http://dx.doi.org/10.33005/ebgc.v2i1.64>
-

Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Batu Bara Terbuka di Indonesia periode 2017-2021

Ricky Renaldi*

Program Studi Sarjana Akuntansi Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
leoricky91@gmail.com

Nora Sri Hendriyani*

Program Studi Sarjana Akuntansi Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
nora.hendriyani@gmail.com

(*) Penulis Korespondensi

Diterima: 15-02-2023 | Disetujui: 10-04-2023 | Dipublikasi: 31-10-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ABSTRAK

Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan hal umum yang dilakukan oleh perusahaan. Namun, bukti kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan melalui laporan keberlanjutan cenderung menyajikan informasi yang kurang relevan. Tingkat profitabilitas perusahaan juga menjadi penyebab perusahaan memanipulasi hasil yang disajikan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara pengungkapan laporan keberlanjutan dan profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan batu bara di Indonesia periode 2017-2021. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Populasi penelitian mencakup perusahaan batu bara terbuka pada Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 15 perusahaan. Penelitian menggunakan dimensi tata kelola perusahaan dan anti-korupsi sesuai standar GRI G4 sebagai indikator pengungkapan laporan keberlanjutan, tingkat rasio pengembalian atas aset yang dimiliki sebagai indikator untuk profitabilitas serta menggunakan nilai total akrual per periode entitas sebagai indikator manajemen laba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba pada entitas sedangkan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap praktik manajemen laba yang terjadi. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk memperluas aspek laporan keberlanjutan yang disertakan.

Kata Kunci:

Laporan Keberlanjutan; Manajemen Laba; Tata Kelola Perusahaan; Profitabilitas

ABSTRACT

Nowadays, corporate social responsibility is the common thing that every company does. However, corporations tend to deliver irrelevant information alongside corporate social responsibility activities. Profitability also becomes a reason companies try to manipulate the financial statement with earnings management practices. This study focuses on the impact of sustainability report disclosure and profitability toward earnings management on public Indonesian coal companies in 2017-2021. This study is the causal method. The population in this study used public Indonesian coal companies in 2017-2021. The sample was selected using the purposive sampling method with 15 samples. This study uses corporate governance and the anti-corruption dimension provided by the GRI G4 standard as indicators of sustainability report disclosure, ratio of return of assets as an indicator of profitability, and total periodic accrual value entity as an indicator for earnings management. Results of this study show sustainability report disclosure has no effect on earnings management in this entity; meanwhile, profitability affects the earnings management practices that happened. Future studies may include more aspects of the sustainability of disclosure to the study.

Keywords:

Sustainability Report; Earnings Management; Corporate Governance; Profitability

PENDAHULUAN

Batu bara menjadi salah satu sumber daya alam yang berperan penting dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Badan Energi Internasional, batu bara yang menjadi sumber bahan bakar bagi pembangkit listrik memainkan peranan yang sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan energi. Hingga tahun 2024 mendatang, diperkirakan penggunaan batu bara sebagai sumber energi bagi sektor-sektor industri dan pembangkit listrik dunia mencapai angka 8000 metrik ton. Di Indonesia sendiri, sektor batu bara menempati posisi ke-5 sebagai sektor penyumbang nilai PDB tertinggi pada triwulan ke II tahun 2022 menurut data dari Badan Pusat Statistik. Dengan masifnya aktivitas eksplorasi serta perputaran perekonomian pada pertambangan batu bara, Sinha, *et al.* (2017) menuturkan bahwa tingkat kebersihan udara dan tingkat kesuburan tanah yang berubah drastis di daerah Bengal Barat, India. Hal serupa juga dikemukakan oleh Quadros, *et al.* (2016) dimana keberagaman ekosistem di sekitar pertambangan batu bara menurun drastis pada wilayah Candiota, Brazil. Dampak negatif dari adanya pertambangan batu bara ini diharapkan dapat ditanggulangi dengan adanya kegiatan *tanggung jawab sosial lingkungan* dari entitas terkait dalam pengembalian lahan yang telah dieksplorasi sebelumnya. Kegiatan tanggung jawab sosial lingkungan tersebut seharusnya dinyatakan dalam laporan keberlanjutan entitas terkait.

Di Indonesia sendiri, laporan keberlanjutan menjadi salah satu informasi tambahan yang menjadi wajib bagi setiap entitas yang terdaftar sebagai entitas publik dan badan keuangan menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 51 /POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik. Meskipun sudah diwajibkan bagi seluruh lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik di Indonesia, data dari *UN Global Compact* sebagai lembaga perwakilan PBB yang mendorong para entitas perusahaan untuk mengedepankan tujuan pembangunan keberlanjutan pada tahun 2022 menunjukkan hanya terdapat 121 entitas publik saja yang turut berpartisipasi dalam melaporkan laporan keberlanjutannya kepada *UN Global Compact*. Dilihat dari dampak negatif yang ditimbulkan dari adanya eksplorasi batu bara yang masif, entitas yang bergerak dalam sektor pertambangan batu bara diharapkan dapat menyajikan informasi aksi tanggung jawab sosial lingkungan mereka pada laporan keberlanjutan tersebut.

Dengan beragamnya informasi yang dimiliki oleh entitas terkait, para pengguna informasi laporan keuangan mengharapkan informasi yang sebenar-benarnya dari setiap aktivitas yang dikerjakan entitas tersebut. Namun, pada praktiknya banyak entitas yang menyajikan informasi laporan keuangan berdasarkan kepentingan manajerial sepihak untuk mencapai tujuan mereka. Pengungkapan laporan keberlanjutan yang diharapkan dapat memperkuat hubungan kepercayaan antara entitas dengan pengguna laporan seringkali disalahgunakan sebagai pelindung atas tindak manajemen laba yang dilakukan oleh entitas terkait.

Profit yang berhasil diraih oleh entitas dapat menjadi salah satu penyebab adanya tindak manajemen laba. Dikarenakan, tingkat profit yang telah dicapai tersebut dapat menjadi tolak ukur kinerja bagi perusahaan terkait. Oleh karena itu, setiap entitas berupaya untuk menyajikan tingkat profitabilitas yang dapat membuat pengguna laporan keuangan “yakin” terhadap kinerja mereka. Terlebih lagi, dengan adanya skema bonus yang ditawarkan kepada manajerial apabila memenuhi kriteria rasio tertentu yang disetujui sebelumnya turut memperbesar kemungkinan adanya praktik manajemen laba pada penyajian data kepada pengguna laporan keuangan (Arifin & Dectriana, 2016). Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: Adakah pengaruh pengungkapan laporan keberlanjutan dan profitabilitas terhadap praktik manajemen laba?

Teori Stakeholder

Freeman, *et al.* (2010) menjelaskan bahwa definisi dari teori *stakeholder* adalah suatu prinsip yang menggambarkan kelompok mana saja yang harus diberikan *pertanggung jawaban* oleh entitas terkait. Teori ini mengungkapkan bahwa *tanggung jawab* entitas tidaklah hanya sebatas memenuhi *pertanggung jawaban* kepada para pemegang saham sebagai penggerak aktivitas entitas melainkan *bertanggung jawab* kepada seluruh pihak yang memiliki keterkaitan dengan entitas tersebut (Freeman, *et al.*, 2010). Gras-Gil, *et al.* (2016) menyatakan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan sebagai sarana pengaplikasian teori *stakeholder* bagi entitas bisnis untuk memupuk hubungan dengan segala pemilik kepentingan entitas dengan harapan untuk memaksimalkan pengembalian investasi jangka panjang yang telah dilakukan oleh entitas.

Teori Keagenan

Scott (2015) menyatakan bahwa teori keagenan merupakan bagian dari teori permainan dimana mempelajari suatu desain kontrak yang ingin mendorong motivasi dari agen yang terikat dengan kontrak untuk bertindak atas nama pemilik kontrak walaupun kepentingan dari agen yang menjalankan kontrak sangat bertolak belakang dengan kepentingan yang ingin dicapai oleh pemilik kontrak. García-Sánchez, *et al.* (2020) mengemukakan bahwa seringkali entitas bisnis menggunakan praktik *tanggung jawab* sosial perusahaan sebagai alat untuk menutupi tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh manajer yang dimana berlaku sebagai agen dalam konsep teori keagenan.

Penelitian terdahulu

Terdapat beberapa peneliti sebelumnya yang telah membahas secara parsial terkait dengan pengaruh antara pengungkapan laporan keberlanjutan dan profitabilitas terhadap manajemen laba. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut: Almahrog, *et al.* (2018) mengemukakan terdapat pengaruh negatif antara pengungkapan laporan keberlanjutan terhadap praktik manajemen laba, sebaliknya Buertey, *et al.* (2020) mengungkapkan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan berpengaruh negatif terhadap adanya praktik manajemen laba. Wijaya, *et al.* (2020) berpendapat bahwa

profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Indracahya & Faisol (2017) bahwa profitabilitas pada entitas turut berpengaruh terhadap terjadinya praktik manajemen laba. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan pengungkapan laporan keberlanjutan dan profitabilitas secara bersamaan terhadap manajemen laba pada perusahaan batu bara di Indonesia.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan terhadap Manajemen Laba

Asimetri informasi yang dimiliki oleh pengguna laporan keuangan dapat menjadi celah bagi manajerial entitas untuk timbulnya ketidakpercayaan atas informasi yang diberikan (Bozzolan, *et al.*, 2015). Serta informasi yang diberikan oleh entitas kepada para pengguna laporan keuangan juga tidak terlepas dari strategi pengelabuan yang dilakukan oleh manajemen entitas untuk menyembunyikan aktivitas manajemen laba demi tercapainya kepentingan manajemen itu sendiri (Kazemian & Sanusi, 2015). Khresna Brahmana, *et al.* (2018) menyatakan terdapat pengaruh antara pengungkapan laporan keberlanjutan dengan praktik manajemen laba. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, peneliti dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

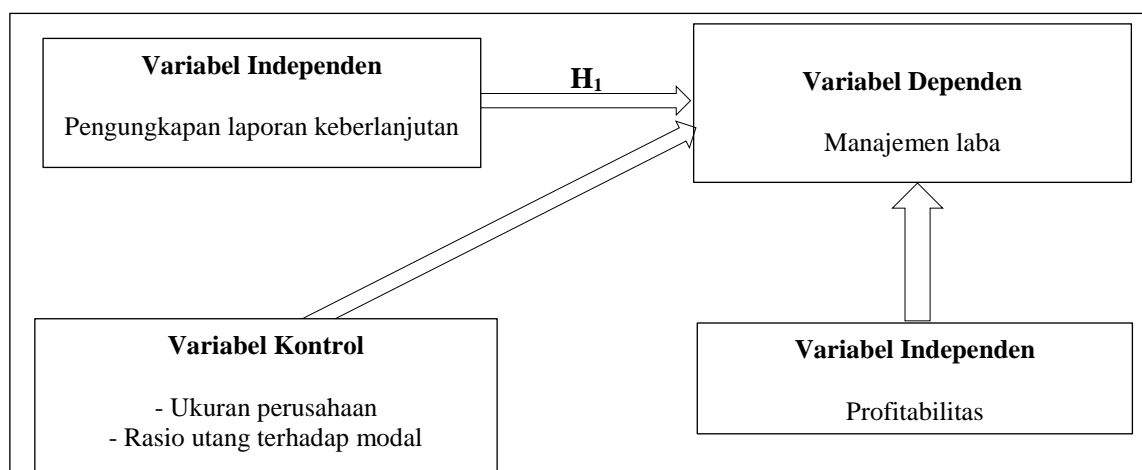
H₁: Pengungkapan laporan keberlanjutan memiliki pengaruh terhadap praktik manajemen laba

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas dari suatu entitas memberikan gambaran secara menyeluruh dan penting bagi pengambilan keputusan bagi pengguna informasi laporan keuangan. Bukan hanya bagi pengguna eksternal dari laporan keuangan, namun profitabilitas juga dapat digunakan oleh pengguna internal informasi laporan keuangan untuk mengukur efektivitas dari kinerja manajerial yang menjabat serta dapat menjadi acuan untuk mengevaluasi dan merencanakan strategi entitas kedepannya (Subramanyam, 2014). Rusdiyanto & Narsa, (2020) mengungkapkan profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dalam terjadinya aktivitas manajemen laba. Hal serupa juga dikemukakan oleh Gozali, *et al.* (2021) dimana profitabilitas memiliki pengaruh terhadap manajemen laba dan memiliki relasi yang sejalan dimana ketika profitabilitas relatif tinggi maka aktivitas manajemen laba yang terjadi juga cenderung tinggi begitupun sebaliknya. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, peneliti dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap praktik manajemen laba

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber: Hasil pengembangan peneliti (2023)

METODE RISET

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal. Tipe penelitian kausal ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laman Bursa Efek Indonesia dimana entitas tercatat sebagai perusahaan publik serta laman entitas tersebut masing-masing. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub-sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada kurun waktu 2017 hingga 2021. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pemilihan sampel menggunakan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sampel adalah perusahaan sub-sektor energi yang bergerak dalam produksi pertambangan batu bara
2. Perusahaan sampel tercatat pada Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021
3. Perusahaan sampel memiliki informasi aspek laporan keberlanjutan pada laporan tahunan lengkap mulai dari periode 2017-2021 untuk keperluan pengukuran variabel yang diteliti.

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang telah dilakukan terhadap 22 entitas yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, hanya terdapat 15 entitas saja yang memenuhi kriteria pemilihan sampel. Dengan jangka waktu pengamatan selama 5 periode terdapat 75 sampel pengamatan yang digunakan pada penelitian ini, sehingga sampel yang digunakan pada penelitian adalah sebanyak 68% dari total populasi. Data-data dari sampel pengamatan yang telah ditentukan dikumpulkan dengan metode studi kepustakaan dan dokumentasi.

Operasionalisasi Variabel

Terdapat 3 jenis variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu: variabel independen, variabel dependen dan variabel kontrol. Terdapat 2 variabel independen pada penelitian ini yaitu pengungkapan laporan keberlanjutan dan profitabilitas, sedangkan manajemen laba menjadi variabel dependen. Variabel kontrol digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengurangi pengaruh dari variabel lain yang tidak ada pada penelitian terkait. Variabel kontrol yang digunakan pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan rasio utang terhadap modal. Operasionalisasi dari variabel yang digunakan pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen

Pengungkapan laporan keberlanjutan diukur dengan menggunakan dengan menggunakan standar yang merujuk dari *Global Reporting Initiatives (GRI G4)*. Dari keseluruhan syarat minimal pengungkapan yang ada pada GRI G4, yang diukur dalam penelitian ini adalah aspek tata kelola dan anti-korupsi. Pemilihan aspek dimensi tata kelola dan anti-korupsi sejalan dengan hasil penelitian Isabel Maria García-Sánchez *et al.* (2020) yang menunjukkan bahwa penguatan hubungan antar manajerial berpengaruh terhadap praktik manajemen laba pada objek yang diteliti. Setiap poin mengungkapkan oleh entitas yang merujuk pada syarat pengungkapan minimal pada standar GRI G4 akan diberi nilai 1, dan berlaku sebaliknya ketika syarat pengungkapan minimal pada standar GRI G4 tidak diungkapkan oleh entitas maka akan diberi nilai 0. Setelah proses asesmen terhadap item yang diungkapkan oleh entitas terkait dengan aspek laporan keberlanjutan, total nilai yang diperoleh oleh masing-masing entitas akan dibagi dengan total keseluruhan nilai yaitu 29. Total keseluruhan nilai yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada syarat pengungkapan minimal yang sudah ditetapkan sesuai dengan GRI G4. Profitabilitas diukur dengan membagi laba bersih dengan jumlah aset yang dimiliki oleh entitas pada periode terkait yang dimiliki oleh masing-masing entitas.

2. Variabel dependen

Pengukuran tingkat manajemen laba akan dilakukan dengan mengukur tingkat total akrual pada entitas. Pada penelitian ini total akrual akan diukur menggunakan model Jones (1991). Untuk penghitungan tingkat manajemen laba pada setiap tahun dan entitas akan menggunakan model seperti berikut:

$$TA_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \left(\frac{\Delta SALES_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

TA_{it} = Total akrual entitas i pada periode t

$\Delta SALES_{it}$ = Perubahan penjualan entitas i pada periode t dan t-1

ΔREC_{it} = Perubahan piutang usaha entitas i pada periode t dan t-1

PPE_{it} = *Property, plant & equipment* entitas i pada periode t

A_{it-1} = Total aset akhir tahun entitas i pada periode t-1

3. Variabel kontrol

Pada penelitian ini, terdapat 2 variabel kontrol yang digunakan yakni ukuran perusahaan serta rasio tingkat hutang terhadap ekuitas. Ukuran perusahaan diukur dengan menghitung logaritma natural dari total aset masing-masing periode entitas terkait, sedangkan rasio tingkat hutang terhadap ekuitas diukur dengan membagi jumlah hutang jangka panjang dengan total ekuitas masing-masing periode pada entitas terkait. Variabel ukuran perusahaan dan rasio tingkat hutang terhadap ekuitas dipilih sebagai variabel kontrol untuk menyatakan bahwa perusahaan yang tercakup dalam sampel memiliki skala ukuran perusahaan yang dan tingkat utang sejenis.

Setelah seluruh data untuk variabel yang dibutuhkan didapatkan, peneliti akan menganalisis data tersebut. Analisis terhadap data yang telah didapatkan akan dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama adalah melakukan analisis deskriptif dan dilanjutkan dengan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan merupakan model yang terbaik, mencakup hal ketepatan estimasi, tidak bias serta konsisten. Setelah data lulus dari uji asumsi klasik, selanjutnya data akan diuji menggunakan analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi, uji koefisien simultan, uji koefisien regresi secara parsial. Adapun model regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : manajemen laba

X_1 : pengungkapan laporan keberlanjutan

α : konstanta

X_2 : profitabilitas

β_1, β_2 : koefisien regresi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif pada **Tabel 1**, menunjukkan bahwa manajemen laba sebagai variabel dependen memiliki nilai rata-rata 0,3484792 dimana hal tersebut menggambarkan rata-rata tindakan manajemen laba sebesar 34,84% pada sampel penelitian, nilai standar deviasi 0,3698659, nilai minimum -0,2414129 dan nilai maksimum sebesar 1,551692. Pengungkapan laporan keberlanjutan sebagai variabel independen memiliki nilai rata-rata 0,6298851 yang menunjukkan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan telah dilakukan sebesar 62,98% secara rata-rata oleh sampel pada penelitian, nilai standar deviasi 0,0944066, nilai minimum 0,4482759 dan nilai maksimum sebesar 0,8275862. Profitabilitas sebagai variabel independen memiliki nilai rata-rata 0,1302654 dimana

tingkat profitabilitas rata-rata sampel penelitian berada pada angka 13,02%, nilai standar deviasi 0,1333668, nilai minimum -0,0984 dan nilai maksimum sebesar 0,52. Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol memiliki nilai rata-rata 22,21837 dimana nilai rata-rata dari total aset perusahaan yang telah dimodifikasi dengan logaritma natural berada pada nilai 22,21, nilai standar deviasi 3,001382, nilai minimum 13,56224 dan nilai maksimum 25,40778. Rasio DER sebagai variabel kontrol memiliki nilai rata-rata 1,049142 dimana rasio jumlah hutang terhadap ekuitas berada pada angka 1,04 kali, nilai standar deviasi 2,361494, nilai minimum 0,0147209 dan nilai maksimum 15,05788.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

| Variabel | Obs | Mean | Standard Deviation | Max | Min |
|------------------------------------|-----|-----------|--------------------|-----------|------------|
| Manajemen Laba | 75 | 0.3482982 | 0.3695686 | 1.5517 | -0.2414129 |
| Pengungkapan laporan keberlanjutan | 75 | 0.6298851 | 0.0944066 | 0.8275862 | 0.4482759 |
| Profitabilitas | 75 | 0.1302654 | 0.1333668 | 0.52 | -0.984 |
| Ukuran perusahaan | 75 | 22.21837 | 3.001382 | 25.40778 | 13.56224 |
| Rasio DER | 75 | 1.049142 | 2.361494 | 15.05788 | 0.0147209 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

| Variabel | Obs | Pr (Skewness) | Pr (Kurtosis) | adj chi (2) | Prob > chi2 |
|----------|-----|---------------|---------------|-------------|-------------|
| Residual | 75 | 0.2846 | 0.6230 | 1.43 | 0.4892 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Nilai dari Prob>chi2 dari hasil uji normalitas pada **Tabel 2**, menunjukkan angka 0.4892, dimana angka tersebut melebihi batas minimum yang disyaratkan yaitu 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan pada penelitian sudah terdistribusi dengan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| <i>Breusch-Pagan/Cook-Weisberg test for heteroskedasticity</i> | |
|--|-----------------------|
| <i>Ho</i> | : Constant variance |
| <i>Variables</i> | : fitted values of EM |
| <i>chi2(1)</i> | = 0.69 |
| <i>Prob > chi2</i> | = 0.4049 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Nilai dari Prob>chi2 dari hasil uji heteroskedastisitas pada **Tabel 3**, menunjukkan angka 0.4049, dimana angka tersebut melebihi batas minimum yang disyaratkan yaitu 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan pada penelitian terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Nilai dari *Variance Inflation Factor* dari hasil uji multikolinearitas pada **Tabel 4**, untuk masing-masing variabel pada data penelitian menunjukkan angka 1.39,1.36,1.23 serta 1.23, dimana angka tersebut masih dibawah ambang batas maksimum nilai uji yang disyaratkan yaitu 10. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar variabel yang digunakan pada penelitian terbebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | VIF | 1/VIF |
|------------------------------------|------|----------|
| Pengungkapan laporan keberlanjutan | 1.39 | 0.718170 |
| Ukuran perusahaan | 1.36 | 0.734915 |
| Rasio DER | 1.23 | 0.811522 |
| Profitabilitas | 1.23 | 0.812148 |
| Mean VIF | 1.30 | |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| | | |
|---------------|---|---------|
| Number of obs | = | 75 |
| F (4,70) | = | 19.09 |
| Prob > F | = | 0.0000 |
| R-squared | = | 0.5218 |
| Adj R-squared | = | 0.4944 |
| Root MSE | = | 0.26277 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 6. Hasil Uji T

| Manajemen Laba | Coef. | Std. Err. | t | P> t | (95% Conf. Interval) |
|------------------------------------|------------|-----------|-------|-------|----------------------|
| Pengungkapan laporan keberlanjutan | -0.5041248 | 0.3818101 | -1.32 | 0.191 | -1.265621 |
| Profitabilitas | 2.114139 | 0.2541545 | 8.32 | 0.000 | 1.607244 |
| Ukuran perusahaan | -0.0033233 | 0.011872 | -0.28 | 0.780 | -0.0270012 |
| Rasio DER | 0.0106792 | 0.0143591 | 0.74 | 0.460 | -0.017959 |
| Cons | 0.453073 | 0.4287722 | 1.06 | 0.294 | -0.4020862 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Persamaan regresi:

$$\text{Manajemen laba} = 0.453073 - 0.5041248 \text{ pengungkapan laporan keberlanjutan} + 2.114139 \text{ profitabilitas} - 0.0033233 \text{ ukuran perusahaan} + 0.0106792 \text{ rasio DER}$$

Dari persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 0.453073 pada hasil uji regresi menunjukkan apabila nilai pengungkapan laporan keberlanjutan dan profitabilitas memiliki nilai 0, maka nilai dari manajemen laba adalah sebesar 0,453073.
2. Nilai koefisien dari pengungkapan laporan keberlanjutan menunjukkan angka -0,5041248 yang berarti setiap kenaikan 1 nilai pada variabel pengungkapan laporan keberlanjutan dapat menurunkan nilai manajemen laba sebesar 0,5041248 yang berdampak pada penurunan tindak manajemen laba.
3. Nilai koefisien dari profitabilitas menunjukkan angka 2,114139 yang berarti setiap kenaikan 1 nilai pada variabel profitabilitas dapat meningkatkan nilai manajemen laba sebesar 2,114139 yang berdampak pada kenaikan tindak manajemen laba.

4. Nilai koefisien dari ukuran perusahaan menunjukkan angka $-0,0033233$ yang berarti setiap kenaikan 1 nilai pada variabel ukuran perusahaan dapat menurunkan nilai manajemen laba sebesar $-0,0033233$ yang berdampak penurunan tindak manajemen laba.
5. Nilai koefisien dari rasio DER menunjukkan angka $0,0106792$ yang berarti setiap kenaikan 1 nilai pada variabel rasio DER dapat meningkatkan nilai manajemen laba sebesar $0,0106792$ yang berdampak pada kenaikan tindak manajemen laba.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda untuk variabel pada penelitian ini, terlihat bahwa nilai dari *R-squared* sebesar 0.5218 dimana variabel independen dan kontrol pada penelitian ini mampu menjelaskan 52,18% variansi dari variabel dependen yaitu manajemen laba. Sedangkan sisa penjelasan sebesar 47,82% variansi dari variabel manajemen laba dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Nilai dari $Prob > F$ menunjukkan nilai 0.000 yang berada dibawah nilai 0.05, sehingga secara simultan seluruh variabel independen pada penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap manajemen laba. Sedangkan untuk pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen dan kontrol pada penelitian ini terlihat dari nilai $P > |t|$ pada hasil uji t diatas. Terlihat bahwa hanya profitabilitas yang berpengaruh secara parsial terhadap manajemen laba dimana nilai uji t dibawah 0.05 yaitu 0.00. Sehingga H_1 yang menyatakan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan berpengaruh terhadap manajemen laba tidak dapat diterima. Berdasarkan hasil uji parsial terhadap H_1 yang ada, dapat dikatakan pengungkapan laporan keberlanjutan tidak berpengaruh terhadap ada/tidaknya praktik ataupun tinggi rendahnya manajemen laba. Sedangkan H_2 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap praktik manajemen laba dapat diterima. Berdasarkan hasil uji parsial terhadap H_2 yang ada, dapat dikatakan tingkat profitabilitas entitas yang rendah memberikan peluang bagi entitas untuk melakukan manajemen laba untuk menyajikan rasio profitabilitas yang baik, begitupun juga apabila entitas telah memiliki rasio profitabilitas yang tinggi, mereka berpeluang untuk melakukan manajemen laba untuk meningkatkan bonus yang didapatkan oleh mereka atas pencapaian kinerja yang mereka capai.

Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan terhadap Manajemen Laba

Pengungkapan laporan keberlanjutan diwajibkan bagi seluruh entitas publik serta seluruh lembaga jasa keuangan di Indonesia. Semakin banyaknya informasi yang disajikan oleh entitas kepada pihak pengguna informasi biasanya akan meningkatkan kepercayaan pengguna informasi terhadap kinerja dari entitas tersebut, namun tidak sedikit juga pengungkapan laporan keberlanjutan dilakukan untuk menutupi aksi manajerial dalam melakukan praktik manajemen laba. Pengungkapan laporan keberlanjutan tidak berpengaruh terhadap adanya tindakan manajemen laba pada sektor batu bara di Indonesia. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu Citrajaya & Ghazali (2020) yang melakukan penelitian serupa pada seluruh industri non-keuangan dimana juga terdapat perusahaan sub-sektor batubara yang menyebutkan bahwa tidak ada pengaruh pada dimensi tata kelola

pengungkapan laporan keberlanjutan terhadap manajemen laba. Hal ini berarti baik entitas terkait mengemukakan laporan keberlanjutan atau tidak, tingkat manajemen laba pada entitas tersebut bisa saja tergolong tinggi atau rendah. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amar & Chakroun (2017) dimana pengungkapan dimensi tata kelola pada laporan keberlanjutan berpengaruh terhadap manajemen laba. Pengaruh tersebut dapat terjadi dikarenakan rendahnya pengawasan yang dilakukan walaupun suatu entitas memiliki struktur tata kelola yang mumpuni.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas dari sebuah entitas bisa menjadi salah satu tolak ukur untuk menilai kinerja dari entitas tersebut. Investor akan sangat senang dengan entitas yang mampu mencetak dan memberikan tingkat profitabilitas yang tinggi, dikarenakan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi semakin besar juga kemungkinan para investor menerima dividen dalam jumlah besar. Oleh karena itu, entitas yang memiliki tingkat profitabilitas rendah cenderung melakukan aksi manipulasi informasi laporan keuangan untuk menunjukkan kinerja profitabilitas yang lebih baik. Profitabilitas berpengaruh terhadap adanya tindakan manajemen laba pada sektor batu bara di Indonesia. Pengaruh tersebut juga menunjukkan bahwa rendah atau tingginya tingkat profitabilitas entitas berperan penting terhadap adanya tindakan manajemen laba. Tingkat profitabilitas yang rendah mendorong manajerial untuk melakukan tindak manajemen laba untuk menaikkan profitabilitas sehingga meyakinkan bagi pengguna laporan keuangan sedangkan tingkat profitabilitas yang tinggi juga mendorong manajerial untuk melakukan tindak manajemen laba untuk memaksimalkan besaran bonus yang dapat mereka raih. Hasil ini serupa dengan hasil yang dikemukakan oleh Rusdiyanto & Narsa (2020) dan juga Wijaya *et al.* (2020) dimana variabel profitabilitas yang diukur dengan tingkat pengembalian atas aset yang dimiliki oleh entitas berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Hal ini juga menunjukkan berapapun tingkat rasio profitabilitas dari seluruh entitas dalam data penelitian berpengaruh terhadap praktik manajemen laba pada entitas terkait (Wijaya *et al.*, 2020). Dimana entitas yang memiliki rasio profitabilitas lebih rendah dibanding rata-rata industri sejenis cenderung ingin meningkatkan rasio mereka untuk menunjukkan bahwa mereka dapat diandalkan dan juga sebagai strategi untuk menarik investor bagi mereka, sedangkan entitas yang telah berhasil mencapai target rasio profitabilitas yang diinginkan cenderung ingin memperbesar rasio mereka untuk tujuan bonus yang akan diraih oleh pengelola semata (Arifin & Dectriana, 2016). Namun, hasil tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Gozali *et al.* (2021) dimana profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada penelitian terkait. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dikarenakan perusahaan yang sudah memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung tidak melakukan praktik manajemen laba.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba sedangkan profitabilitas berpengaruh terhadap adanya praktik manajemen laba pada perusahaan yang bergerak di sub-sektor batu bara yang telah tercatat pada Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2017 hingga 2021. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori keagenan, dimana semakin tinggi informasi yang dimiliki oleh manajer akan semakin tinggi pula kesempatan mereka untuk melakukan praktik manajemen laba. Penelitian ini memiliki implikasi teoritis dalam literasi terhadap hubungan pengungkapan laporan keberlanjutan dan profitabilitas terhadap manajemen laba baik bagi kepentingan manajerial entitas maupun penelitian kedepannya. Selain itu, penelitian ini juga memiliki implikasi praktis bagi calon investor atau pemilik saham entitas batu bara terbuka terkait untuk tidak serta merta langsung mempercayai setiap informasi yang diberikan oleh entitas dikarenakan informasi yang diberikan kepada pengguna laporan keuangan agaknya telah melewati beberapa tindakan manajemen laba agar informasi yang disajikan lebih menarik bagi pengguna.

Dari penelitian yang telah diadakan, peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan yang dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu jumlah entitas yang tergolong sedikit dan dengan jangka waktu 5 tahun laporan keuangan. Saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya antara lain: 1) Penambahan faktor lain sebagai variabel yang memiliki korelasi dengan manajemen laba. 2) Penelitian pada sektor lain atau beberapa sektor sekaligus sehingga dapat memberikan gambaran lebih luas terkait dengan faktor-faktor yang berhubungan dengan manajemen laba pada sektor lain. 3) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan teknik regresi data panel yang lebih cocok untuk jenis data yang digunakan. 4) Penelitian selanjutnya dapat menambahkan aspek-aspek lain yang terdapat pada laporan keberlanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Almahrog, Y., Ali Aribi, Z., & Arun, T. (2018). Earnings management and corporate social responsibility: UK evidence. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 16(2), 311–332. <https://doi.org/10.1108/JFRA-11-2016-0092>
- Amar, A. Ben, & Chakroun, S. (2017). Do dimensions of corporate social responsibility affect earnings management? Evidence from France. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. 16 No. 2, pp. 348-370. <https://doi.org/10.1108/JFRA-05-2017-0033>
- Arifin, L., & Dectriana, N. (2016). Pengaruh firm size, corporate governance, dan karakteristik perusahaan terhadap manajemen laba. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 18(1), 1–93. <https://dx.doi.org/10.34208/jba.v18i1.41>
- Bozzolan, S., Fabrizi, M., Mallin, C. A., & Michelon, G. (2015). Corporate social responsibility and earnings quality: International Evidence. *International Journal of Accounting*, 50(4), 361–396. <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2015.10.003>
- Buertey, S., Sun, E. J., Lee, J. S., & Hwang, J. (2020). Corporate social responsibility and earnings management: The moderating effect of corporate governance mechanisms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 256–271. <https://doi.org/10.1002/csr.1803>
- Citrajaya, D., & Ghozali, I. (2020). Pengaruh corporate social responsibility dan aktivitas CSR dalam dimensi tata kelola, lingkungan, dan sosial terhadap manajemen laba (studi empiris pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2018). 9(2001), *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(2), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/27536>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Parmar, B. L., & De Colle, S. E. (2010). *Stakeholder Theory: The State of The Art*. In News.Ge.
- García-Sánchez, I. M., Hussain, N., Khan, S. A., & Martínez-Ferrero, J. (2020). Managerial entrenchment, corporate social responsibility, and earnings management. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1818–1833. <https://doi.org/10.1002/csr.1928>
- Gozali, E. O. D., Hamzah, R. S., Pratiwi, C. N., & Octari, M. (2021). Firm Characteristics and Earnings Management in Listed Singaporean Corporations. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 13(2), 72–81. <https://doi.org/10.23969/jrak.v13i2.4102>
- Gras-Gil, E., Palacios Manzano, M., & Hernández Fernández, J. (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 289–299. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.02.002>
- Indracahya, E., & Faisol, D. A. (2017). The effect of good corporate governance elements, leverage, firm age, company size and profitability on earning management (empirical study of manufacturing companies in BEI 2014-2016). *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 10(2), 203–
-

227. <https://dx.doi.org/10.22441/journal%20profita.v10i2.2872>

Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193. <https://doi.org/10.2307/2491047>

Kazemian, S., & Sanusi, Z. M. (2015). Earnings Management and Ownership Structure. *Procedia Economics and Finance*, 31(15), 618–624. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01149-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01149-1)

Khresna Brahmana, R., Yee Tan, M., & Wei You, H. (2018). Corporate environmental disclosure and earning management. *International Journal of Green Economics*, 12(3–4), 308–321. <https://doi.org/10.1504/IJGE.2018.097874>

Quadros, P. D. De, Zhalnina, K., Davis-Richardson, A. G., Drew, J. C., Menezes, F. B., Camargo, F. A. D. O., & Triplett, E. W. (2016). Coal mining practices reduce the microbial biomass, richness and diversity of soil. *Applied Soil Ecology*, 98, 195–203. <https://doi.org/10.1016/j.apsoil.2015.10.016>

Rusdiyanto, & Narsa, I. M. (2020). The effect of company size , leverage and return on asset on earnings management : Case study Indonesian. *Espacios*, 41(17), 25. <https://revistaespacios.com/a20v41n17/a20v41n17p25.pdf>

Scott, W. R. (2015). *Financial accounting theory. seventh edition*. Pearson Prentice Hall: Toronto.

Sinha, S., Chakraborty, S., & Goswami, S. (2017). Ecological footprint: an indicator of environmental sustainability of a surface coal mine. *Environment, Development and Sustainability*, 19(3), 807–824. <https://doi.org/10.1007/s10668-016-9766-y>

Subramanyam, K. R. (2014). *Financial statement analysis* (11th ed.). Singapore: mcgraw-Hill Education.

Wijaya, N., Pirzada, K., & Fanady, C. (2020). Determinants of earnings management: an empirical analysis. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 9(4), 137–146. [http://dx.doi.org/10.9770/jssi.2020.9.4\(13\)](http://dx.doi.org/10.9770/jssi.2020.9.4(13))

Pengaruh Rasio Keuangan terhadap *Financial Distress* Sebelum dan Saat Covid-19 pada Perusahaan di Sektor *Healthcare* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Dominico Berta Kevin Pratama

Program Studi Sarjana Akuntansi Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
dmnckvn12@gmail.com

Martdian Ratna Sari*

Program Studi Sarjana Akuntansi Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
martdianratnasari@gmail.com

(*) Penulis Korespondensi

Diterima: 08-09-2022 | Disetujui: 08-10-2022 | Dipublikasi: 31-10-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan rasio likuiditas, rasio profitabilitas, rasio solvabilitas pada *financial distress* serta perbedaan *financial distress* sebelum dan saat Covid-19 pada perusahaan yang bergerak dalam sektor *healthcare* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji analisis regresi, serta uji hipotesis yang diolah menggunakan SPSS dengan menggunakan sampel sebanyak 13 perusahaan dengan mengambil periode waktu laporan keuangan 2018-2021, dimana 2018-2019 merupakan masa sebelum Covid-19 dan 2020-2021 merupakan masa saat Covid-19. Adapun model perhitungan yang dilakukan peneliti dengan menggunakan Zmijewski X-Score serta memberikan hasil bahwa adanya pengaruh negatif yang signifikan pada *current ratio*, pengaruh negatif yang signifikan pada *return on asset ratio*, pengaruh positif yang signifikan pada *debt to asset ratio*, serta tidak terdapatnya perbedaan yang terjadi pada *financial distress* pada masa sebelum dan saat Covid-19. Hal ini memberikan perusahaan banyak pertimbangan dalam mengambil keputusan, dikarenakan jika salah dalam mengambil keputusan pada masa pandemi akan membuat perusahaan semakin dekat dengan kondisi kebangkrutan.

Kata Kunci:

Likuiditas; Profitabilitas; Solvabilitas; Kesulitan Keuangan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the liquidity, profitability, and solvency ratios on financial distress and the difference in financial distress before and during Covid-19 in companies engaged in the healthcare sector listed on the Indonesia Stock Exchange. The analysis method used in this study, descriptive analysis, classical assumption test, regression analysis test, and hypothesis testing processed using SPSS using a sample of 13 companies by taking the 2018-2021 financial report period, where 2018-2019 is the period before Covid-19 and 2020-2021 is the period during Covid-19. The calculation model carried out by researchers using the Zmijewski X-Score provides results that there is a significant negative effect on the current ratio, a significant negative impact on the return on asset ratio, a significant positive effect on the debt to asset ratio, and there is no difference in financial distress before and during Covid-19. This gives companies a lot of consideration in making decisions because if they make the wrong decision during a pandemic, the company will be closer to bankruptcy.

Keywords:

Liquidity; Profitability; Leverage; Financial Distress.

PENDAHULUAN

Covid-19 merupakan wabah penyakit yang menyerang kekebalan tubuh seseorang. Kejadian ini tidak hanya terjadi di satu atau dua negara melainkan seluruh penjuru dunia. Hal ini menyebabkan perhatian yang sangat mendalam bagi semua pihak, dan Indonesia mengambil Langkah untuk memberlakukan *lockdown* untuk menekan penyebaran virus yang lebih jauh. Terutama pada perusahaan yang tidak sanggup untuk menahan tekanan dari covid ini dan pada akhirnya harus bangkrut. Dalam dunia bisnis, laporan keuangan merupakan alat komunikasi yang dapat menyampaikan bagaimana kondisi yang sedang dialami suatu perusahaan. Terdapat beberapa analisis yang dilakukan oleh perusahaan dalam melihat kondisi bisnisnya, yaitu dengan menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan yang dimaksud ialah rasio likuiditas, profitabilitas, serta solvabilitas. Dengan rasio ini peneliti tertarik untuk melihat bagaimana kinerja perusahaan yang tertuang dalam rasio ini mampu mempengaruhi *financial distress* terutama dalam masa sebelum dan saat Covid-19. Peneliti tertarik menggunakan tiga rasio ini karena adanya penelitian terdahulu yang berbicara mengenai hal yang sama seperti yang dilakukan Wulandari (2019), Ardian, *et al.* (2017) menyatakan bahwa rasio likuiditas memiliki pengaruh terhadap *financial distress*, sedangkan Mahaningrum & Merkusiwati (2020) nyatakan rasio likuiditas tidak berpengaruh terhadap *financial distress*.

Kemudian dalam penelitian yang dilakukan Nurhayati, *et al.* (2021) memberikan hasil rasio profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *financial distress*, disisi lain Damajanti, *et al.* (2021) memberikan hasil sebaliknya. Lalu pada penelitian yang menguji pengaruh rasio solvabilitas pada *financial distress*, Nurdiwaty & Zaman (2021) memberikan hasil tidak berpengaruh, sedangkan Komala & Triyani (2019) memberikan hasil yang berpengaruh. Hal ini membuat peneliti tertarik mengambil tiga rasio ini dan menggunakan metode yang berbeda dalam penghitungannya dengan menggunakan periode waktu serta sektor industri yang berbeda. Peneliti memfokuskan pada perusahaan dari sektor *healthcare* karena peneliti ingin melihat bagaimana perkembangan yang dihadapi perusahaan yang bergerak dalam bidang kesehatan dengan terjadinya masalah kesehatan yang membuat banyak perusahaan gulung tikar, apakah hal ini akan menguntungkan mereka atau bahkan sebaliknya. Penelitian ini penting karena dapat melihat bagaimana kondisi yang sebenarnya terjadi bagi perusahaan yang bergerak pada bidang kesehatan, serta dapat menilai bagaimana kemungkinan suatu perusahaan menghadapi *financial distress* dimasa Covid-19 dari sisi sektor *healthcare*.

1. Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan proses dari akuntansi yang mana hasilnya dapat digunakan sebagai suatu alat untuk mengkomunikasikan data dari aktivitas ataupun keuangan perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

2. Rasio Keuangan

Analisis rasio digunakan untuk menganalisis hubungan yang signifikan antara estimasi laporan keuangan dapat digunakan untuk menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan sehingga dapat ditentukan kebijakannya dilakukan oleh pemilik atau pengelola usaha.

3. Rasio Likuiditas

Menurut Hery (2016) Rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan datang.

4. Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan suatu perusahaan melihat bagaimana perkembangan keuntungan suatu perusahaan (Hery, 2016).

5. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya (Hery, 2016).

6. *Financial distress*

Financial distress ditandai dengan permasalahan efisiensi operasional, dimana perusahaan memiliki performa yang buruk dan laba negatif. Setelah itu, masalah keuangan dan masalah likuiditas, yang ditandai dengan rendahnya tingkat arus kas tidak cukup untuk membayar nilai utang yang sudah jatuh tempo dan rendahnya *interest coverage ratio* yang kemudian membawa perusahaan ke tahap kebangkrutan.

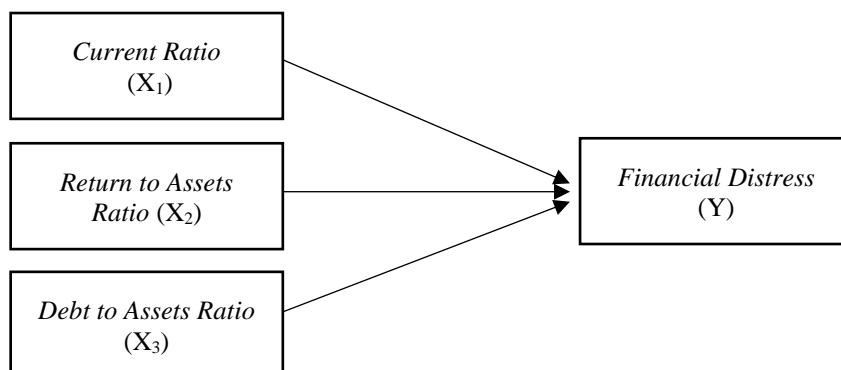
7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1: *Current ratio* berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

Hipotesis 2: *Return on assets ratio* berpengaruh negatif terhadap *financial distress*.

Hipotesis 3: *Debt to assets ratio* berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

Hipotesis 4: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada *financial distress* sebelum dan saat Covid-19



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber : Hasil pengembangan peneliti (2023)

METODE RISET

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggunakan metode penelitian deskriptif analitis. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah likuiditas yang ditandai oleh *current ratio*, profitabilitas ditandai oleh *return on assets ratio*, solvabilitas yang ditandai oleh *debt to assets ratio*, serta *financial distress*. Desain penelitian yang digunakan peneliti adalah *causal study* yang mana peneliti ingin melihat sebab akibat yang dihasil dari rasio keuangan terhadap *financial distress*.

Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah biasanya terdiri dari objek dengan kualitas dan karakteristik khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil hasil dari yang telah dipelajari. Dalam penelitian ini akan diteliti perusahaan yang bergerak dalam bidang *healthcare* yang mana memiliki populasi sebanyak 30 perusahaan. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, yaitu *purposive sampling*. Dimana dalam teknik *purposive sampling* ini memerlukan pertimbangan tertentu. Adapun ketentuan atau pertimbangan yang diambil digunakan untuk memenuhi teknik *purposive sampling*, yaitu :

1. Perusahaan bergerak dalam bidang *healthcare* serta terdaftar dalam BEI (Bursa Efek Indonesia)
2. Memiliki laporan keuangan dari tahun 2018-2021.
3. Memakai mata uang rupiah.

Tabel 1. Sampel (*Purposive sampling*)

| No | Indikator | Jumlah |
|-------|---|--------|
| 1 | Perusahaan bergerak dalam bidang <i>healthcare</i> serta terdaftar dalam BEI (Bursa Efek Indonesia) | 30 |
| 2 | Memiliki laporan keuangan dari tahun 2018-2021 | (17) |
| 3 | Memakai mata uang rupiah | (0) |
| Total | | 13 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data sekunder yang mana mengartikan bahwa yang yang diperoleh sudah ada atau tidak perlu membuat data baru. Peneliti hanya menggunakan perhitungan yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasilnya. Sumber data yang diperoleh oleh peneliti berasal dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah studi kepustakaan yang mana mengumpulkan informasi dan data dengan mempelajari buku-buku ataupun mempelajari jurnal-jurnal yang telah dibaca.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *current ratio* dalam pengujian atas likuiditas, *return on assets ratio* dalam pengujian profitabilitas, *debt to assets ratio* dalam pengujian solvabilitas, serta *financial distress* diuji menggunakan *X-Score*. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, kemudian uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (regresi dengan *adj. R square*), uji simultan F, uji parsial t, serta uji t-test.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskriptif statistik variabel penelitian

Tabel 2. Deskriptif Sebelum Covid-19

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---------------------------|----|---------|---------|-----------|----------------|
| X1_CR (Sebelum Covid-19) | 26 | ,5149 | 8,7378 | 3,148862 | 2,2400036 |
| X2_ROA (Sebelum Covid-19) | 26 | -,0512 | ,2284 | ,063542 | ,0744542 |
| X3_DAR (Sebelum Covid-19) | 26 | ,1257 | ,6557 | ,337715 | ,1795833 |
| Y_FD (Sebelum Covid-19) | 26 | -4,5831 | -,4647 | -2,673535 | 1,2783328 |
| Valid N (listwise) | 26 | | | | |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 3. Deskriptif Saat Covid-19

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|------------------------|----|---------|---------|-----------|----------------|
| X1_CR (Saat Covid-19) | 26 | ,3841 | 6,5786 | 2,741177 | 1,7467650 |
| X2_ROA (Saat Covid-19) | 26 | -,0187 | ,3099 | ,087796 | ,0853397 |
| X3_DAR (Saat Covid-19) | 26 | ,1045 | ,7927 | ,363450 | ,2113818 |
| Y_FD (Saat Covid-19) | 26 | -4,8736 | ,1828 | -2,634377 | 1,5157908 |
| Valid N (listwise) | 26 | | | | |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Pada data yang digunakan oleh peneliti yang diambil dari perusahaan dalam sektor *Healthcare* berjumlah 52 yang dibagi 2 yaitu sebelum dan saat Covid-19 dengan masing-masing 26 data. Dari hasil **Tabel 2** yang terjadi diatas terlihat bahwa *current ratio* (CR) memiliki nilai minimal (Min) sebesar 0,5149, nilai maksimal (Max) sebesar 8,7378, nilai rata-rata (Mean) sebesar 3,148862, dan nilai standar deviasi (Std. Dev) sebesar 2,2400036. Kemudian untuk return on assets (ROA) memiliki nilai minimal (Min) sebesar -0,0512, nilai maksimal (Max) sebesar 0,2284, nilai rata-rata (Mean) sebesar 0,063542, sedangkan nilai standar deviasi (Std. Dev) sebesar 0,0744542. Untuk *debt to asset ratio* (DAR) memiliki nilai minimal (Min) sebesar 0,1257, nilai maksimal (Max) sebesar 0,6557, nilai rata-rata (Mean) sebesar 0,337715, dan nilai standar deviasi (Std. Dev) sebesar 0,1795833. Dan untuk perhitungan *financial distress* (FD) memiliki nilai minimal (Min) sebesar -4,5831, nilai maksimal (Max) sebesar -0,4647, nilai rata-rata (Mean) sebesar -2,673535, dan nilai standar deviasi (Std. Dev) sebesar 1,2783328.

Sedangkan dari hasil **Tabel 3** yang terjadi diatas terlihat bahwa *current ratio* (CR) memiliki nilai minimal (Min) sebesar 0,3841, nilai maksimal (Max) sebesar 6,5786, nilai rata-rata (Mean) sebesar 2,741177, dan nilai standar deviasi (Std. Dev) sebesar 1,7467650. Kemudian untuk return on assets (ROA) memiliki nilai minimal (Min) sebesar -0,0187, nilai maksimal (Max) sebesar 0,3099, nilai rata-rata (Mean) sebesar 0,087796, sedangkan nilai standar deviasi (Std. Dev) sebesar 0,0853397. Untuk *debt to asset ratio* (DAR) memiliki nilai minimal (Min) sebesar 0,1045, nilai maksimal (Max) sebesar 0,7927, nilai rata-rata (Mean) sebesar 0,363450, dan nilai standar deviasi (Std. Dev) sebesar 0,2113818. Dan untuk perhitungan *financial distress* (FD) memiliki nilai minimal (Min) sebesar -4,8736, nilai maksimal (Max) sebesar 0,1828, nilai rata-rata (Mean) sebesar -2,634377, dan nilai standar deviasi (Std. Dev) sebesar 1,5157908.

Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas sebelum Covid-19

| <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (Sebelum Covid-19)</i> | | <i>Unstandardized Residual</i> |
|--|----------------|--------------------------------|
| N | | 26 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .00025266 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .081 |
| | Positive | .075 |
| | Negative | -.081 |
| Test Statistic | | .081 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 4. Uji Normalitas saat Covid-19

| <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (Saat Covid-19)</i> | | <i>Unstandardized Residual</i> |
|---|----------------|--------------------------------|
| N | | 26 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .00019597 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .093 |
| | Positive | .093 |
| | Negative | -.083 |
| Test Statistic | | .093 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Pada hasil uji normalitas, dengan menggunakan *test one-sample Kolmogorov-Smirnov* pada **Tabel 3** sebelum dan **Tabel 4** saat Covid-19 memperoleh pada nilai signifikansi sebesar 0,200, dengan demikian hasil yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh lebih besar daripada 0,05. Hal ini juga menunjukkan bahwasannya normal dan terflokulasi dengan baik.

Uji heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas sebelum Covid-19

| | <i>Model</i> | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
|---|---------------------------|------------------------------------|------------|----------------------------------|----------|-------------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.945E-5 | .000 | | .229 | .821 |
| | X1_CR (Sebelum Covid-19) | 2.148E-5 | .000 | .337 | 1.126 | .272 |
| | X2_ROA (Sebelum Covid-19) | .000 | .001 | .141 | .473 | .641 |
| | X3_DAR (Sebelum Covid-19) | .000 | .000 | .336 | 1.128 | .272 |

a. Dependent Variable: ABRESID (Sebelum Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Pada **Tabel 5** uji heteroskedastisitas ini menunjukkan hasil dari nilai signifikansi sebelum Covid-19 menunjukkan *current ratio* sebesar 0,272, *return on asset ratio* sebesar 0,641, serta *debt to asset*

ratio sebesar 0,272. Sedang pada **Tabel 6**, saat **Covid-19** menghasilkan *current ratio* sebesar 0,125, *return on asset ratio* sebesar 0,547, serta *debt to asset ratio* sebesar 0,163. Hal ini menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas yang terjadi pada penelitian karena nilai signifikansi yang terjadi melebihi 0,05.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas saat Covid-19

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .000 | .000 | | 2.729 | .012 |
| X1_CR (Saat Covid-19) | -3.739E-5 | .000 | -.536 | -1.593 | .125 |
| X2_ROA (Saat Covid-19) | .000 | .000 | .203 | .611 | .547 |
| X3_DAR (Saat Covid-19) | .000 | .000 | -.463 | -1.444 | .163 |

a. Dependent Variable: ABRESID (Saat Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas sebelum Covid-19

| Model | Coefficients ^a | | Collinearity Statistics | |
|----------------------------|---------------------------|--|-------------------------|-------|
| | | | Tolerance | VIF |
| 1 X1_CR (Sebelum Covid-19) | | | .458 | 2.181 |
| X2_ROA (Sebelum Covid-19) | | | .465 | 2.150 |
| X3_DAR (Sebelum Covid-19) | | | .462 | 2.163 |

a. Dependent Variable: Y_FD (Sebelum Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 8. Uji Multikolinearitas saat Covid-19

| Model | Coefficients ^a | | Collinearity Statistics | |
|-------------------------|---------------------------|--|-------------------------|-------|
| | | | Tolerance | VIF |
| 1 X1_CR (Saat Covid-19) | | | .344 | 2.910 |
| X2_ROA (Saat Covid-19) | | | .353 | 2.836 |
| X3_DAR (Saat Covid-19) | | | .378 | 2.643 |

a. Dependent Variable: Y_FD (Saat Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Pada **Tabel 7** uji multikolinearitas dengan perhitungan atas *coefficients* dari variabel independen yang ada menunjukkan nilai *tolerance* sebelum Covid-19 untuk *current ratio* (CR) sebesar 0,458 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 2,181, *return on asset ratio* dengan nilai *tolerance* sebesar 0,465 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 2,150, serta *debt to asset ratio* dengan nilai *tolerance* sebesar 0,462 serta nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 2,163. Sedangkan pada **Tabel 8** saat Covid-19 untuk *current ratio* (CR) sebesar 0,344 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 2,910, *return on asset ratio* dengan nilai *tolerance* sebesar 0,353 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 2,836, serta *debt to asset ratio* dengan nilai *tolerance* sebesar 0,378 serta nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 2,643. Hal ini menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* dari semua variabel yang ada jauh melampaui 0,1 maupun nilai *variance inflation factor* (VIF)

yang kurang dari 10 yang dapat diartikan bahwa tidak adanya multikolinearitas yang terjadi antar variabel.

Uji Autokorelasi

Tabel 9. Uji Autokorelasi sebelum Covid-19

| <i>Model Summary^b</i> | | | | | |
|----------------------------------|--------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| <i>Model</i> | <i>R</i> | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> | <i>Durbin-Watson</i> |
| 1 | 1.000 ^a | 1.000 | 1.000 | ,0002693 | 1.982 |

a. *Predictors: (Constant), X3_DAR (Sebelum Covid-19), X2_ROA (Sebelum Covid-19), X1_CR (Sebelum Covid-19)*
 b. *Dependent Variable: Y_FD (Sebelum Covid-19)*

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 10. Uji Autokorelasi saat Covid-19

| <i>Model Summary^b</i> | | | | | |
|----------------------------------|--------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| <i>Model</i> | <i>R</i> | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> | <i>Durbin-Watson</i> |
| 1 | 1.000 ^a | 1.000 | 1.000 | ,0002089 | 1.827 |

a. *Predictors: (Constant), X3_DAR (Saat Covid-19), X2_ROA (Saat Covid-19), X1_CR (Saat Covid-19)*
 b. *Dependent Variable: Y_FD (Saat Covid-19)*

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi atas tes Durbin-Watson, hasil yang dikeluarkan memiliki nilai 1,982 pada **Tabel 9** sebelum Covid-19, serta pada saat Covid-19 mendapatkan nilai 1,827. Dengan menggunakan 26 sampel untuk sebelum Covid-19 serta 26 sampel untuk Saat Covid-19, hal ini mengindikasikan bahwa tidak adanya autokorelasi. Hal tersebut dapat terjadi karena dengan menggunakan penghitungan alpha sebesar 0,05 dengan melihat **Tabel 10** Durbin-Watson yang memiliki batas bawah (dL) sebesar 1,1432 dan memiliki batas atas sebesar 1,6523 yang mana hal ini berarti nilai pada tabel melebihi nilai batas atas yang menjadikan tidak adanya autokorelasi.

Uji Koefisien Determinasi (*adj. R Square*)

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi sebelum Covid-19

| <i>Model Summary^b</i> | | | | |
|----------------------------------|--------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| <i>Model</i> | <i>R</i> | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
| 1 | 1.000 ^a | 1.000 | 1.000 | ,0002693 |

a. *Predictors: (Constant), X3_DAR (Sebelum Covid-19), X2_ROA (Sebelum Covid-19), X1_CR (Sebelum Covid-19)*
 b. *Dependent Variable: Y_FD (Sebelum Covid-19)*

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi saat Covid-19

| <i>Model Summary^b</i> | | | | |
|----------------------------------|--------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| <i>Model</i> | <i>R</i> | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
| 1 | 1.000 ^a | 1.000 | 1.000 | ,0002089 |

a. *Predictors: (Constant), X3_DAR (Saat Covid-19), X2_ROA (Saat Covid-19), X1_CR (Saat Covid-19)*
 b. *Dependent Variable: Y_FD (Saat Covid-19)*

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas menyatakan bahwa variabel independen yang ada pada **Tabel 11** sebelum Covid-19 benar-benar 100% mempengaruhi variabel dependen, begitupun pada **Tabel 12** saat Covid-19 yang memberikan pengaruh 100% dapat dilihat dari adjusted R square. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 13. Uji Regresi Linier Berganda sebelum Covid-19

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -4.300 | .000 | | -17935.692 | .000 |
| X1_CR (Sebelum Covid-19) | -.004 | .000 | -.007 | -111.847 | .000 |
| X2_ROA (Sebelum Covid-19) | -4.500 | .001 | -.262 | -4241.627 | .000 |
| X3_DAR (Sebelum Covid-19) | 5.700 | .000 | .801 | 12921.203 | .000 |

a. Dependent Variable: Y_FD (Sebelum Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 14. Uji Regresi Linier Berganda saat Covid-19

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -4.300 | .000 | | -20796.836 | .000 |
| X1_CR (Saat Covid-19) | -.004 | .000 | -.005 | -97.402 | .000 |
| X2_ROA (Saat Covid-19) | -4.500 | .001 | -.253 | -5457.896 | .000 |
| X3_DAR (Saat Covid-19) | 5.700 | .000 | .795 | 17740.144 | .000 |

a. Dependent Variable: Y_FD (Saat Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dapat terlihat bahwa *current ratio*, *return on asset ratio*, dan *debt to asset ratio* pada **Tabel 13** sebelum Covid-19 dan **Tabel 14** saat Covid-19 memiliki nilai signifikansi 0,000, yang membuat hal ini semakin jelas bahwa adanya pengaruh setiap variabel independen pada variabel dependen.

Uji Simultan F

Tabel 15. Uji Simultan F sebelum Covid-19

| Model | | ANOVA ^a | | | | Sig. |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|---------------|-------------------|
| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | |
| 1 | Regression | 40.853 | 3 | 13.618 | 187720718.119 | .000 ^b |
| | Residual | .000 | 22 | .000 | | |
| | Total | 40.853 | 25 | | | |

Dependent Variable: Y_FD (Sebelum Covid-19)

Predictors: (Constant), X3_DAR (Sebelum Covid-19), X2_ROA (Sebelum Covid-19), X1_CR (Sebelum Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 16. Uji Simultan F saat Covid-19

| Model | | ANOVA ^a | | | | Sig. |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|---------------|-------------------|
| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | |
| 1 | Regression | 57.441 | 3 | 19.147 | 438741285.731 | .000 ^b |
| | Residual | .000 | 22 | .000 | | |
| | Total | 57.441 | 25 | | | |

Dependent Variable: Y_FD (Saat Covid-19)

Predictors: (Constant), X3_DAR (Saat Covid-19), X2_ROA (Saat Covid-19), X1_CR (Saat Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji simultan F pada **Tabel 15** sebelum Covid-19 dan **Tabel 16** saat Covid-19 yang memiliki nilai signifikansi *sama-sama* 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Hal ini

menjadikan bahwa dalam uji simultan F variabel independen pun memiliki pengaruh pada variabel dependen yaitu *financial distress*.

Uji Parsial t

Tabel 17. Uji Parsial T sebelum Covid-19

| Model | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -4.300 | .000 | | -17935.692 | .000 |
| X1_CR (Sebelum Covid-19) | -.004 | .000 | -.007 | -111.847 | .000 |
| X2_ROA (Sebelum Covid-19) | -4.500 | .001 | -.262 | -4241.627 | .000 |
| X3_DAR (Sebelum Covid-19) | 5.700 | .000 | .801 | 12921.203 | .000 |

a. Dependent Variable: Y FD (Sebelum Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Tabel 18. Uji Parsial T saat Covid-19

| Model | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -4.300 | .000 | | -20796.836 | .000 |
| X1_CR (Saat Covid-19) | -.004 | .000 | -.005 | -97.402 | .000 |
| X2_ROA (Saat Covid-19) | -4.500 | .001 | -.253 | -5457.896 | .000 |
| X3_DAR (Saat Covid-19) | 5.700 | .000 | .795 | 17740.144 | .000 |

a. Dependent Variable: Y FD (Saat Covid-19)

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Dalam hasil uji parsial t pada **Tabel 17** sebelum Covid-19 dan **Tabel 18** saat Covid-19 ini dapat terlihat kembali bahwa variabel independen yaitu *current ratio*, *return on asset ratio*, dan *debt to asset ratio* memiliki nilai signifikansi 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Hal ini bisa dikatakan bahwa semua hipotesis dapat diterima.

Pembahasan Hipotesis

Pengaruh rasio likuiditas terhadap *financial distress*

Dalam perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti, terlihat bahwa hasil yang diberikan memberikan respon akan pengaruh dari rasio likuiditas terhadap *financial distress*. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai beta -0,004 pada masa sebelum dan saat Covid-19 yang menunjukkan adanya pengaruh yang bersifat negatif dan signifikan. Hal tersebut memberikan hasil H1 ditolak, hasil penelitian ini tidak mendukung apa yang dilakukan oleh Maulida, *et al.* (2018) serta Rahayu & Sopian (2017) serta Wulandari (2019). Hal ini juga memberikan hasil bahwa semakin besar nilai *current ratio* semakin baik perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sudaryanti & Dinar (2023).

Pengaruh rasio profitabilitas terhadap *financial distress*

Dalam penelitian ini, terlihat juga hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif bagi *financial distress* yang ditunjukkan pada nilai signifikansi sebelum dan saat pandemi Covid-19 sebesar

0,000 serta nilai beta -4,500. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudaryanti & Dinar (2019) dimana jika perusahaan memiliki skor yang tinggi dalam rasio profitabilitasnya kemungkinan besar mereka akan mampu membiayai beban operasional yang ada. Dengan memiliki perubahan laba yang stabil maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tidak terlalu memberikan dampak yang besar bagi *financial distress* hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati, *et al.*, (2021), Kusuma & Samani (2017), serta Purwanti (2018).

Pengaruh rasio solvabilitas terhadap *financial distress*

Penelitian ini menunjukkan hasil dimana rasio solvabilitas khususnya pada *debt to asset ratio* mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*. Hasil ini ditunjukkan dari nilai signifikansi sebelum dan saat pandemi sebesar 0,000 serta nilai beta sebesar 5,700. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustini & Wirawati (2019) dimana jika perusahaan terlalu banyak mengambil utang, maka akan ada resiko kesulitan dalam membayar hutangnya dikemudian hari. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Antoniwati & Purwohandoko (2022).

Perbedaan *financial distress* pada masa sebelum dan saat Covid-19

Tabel 19. Perbedaan *financial distress* pada masa sebelum dan saat Covid-19

| No. | Nama Perusahaan | Sebelum Covid-19 | | Saat Covid-19 | |
|-----|--------------------------------|------------------|---------|---------------|---------------|
| | | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| 1 | Sejahteraraya Anugrahjaya | -2,2807 | -1,7493 | -0,8885 | -1,0096 |
| 2 | Kimia Farma tbk | -0,9040 | -0,9102 | -0,9150 | -0,9987 |
| 3 | Pyridam Farma | -2,4382 | -2,5608 | -2,9776 | 0,1828 |
| 4 | Indofarma tbk | -0,4647 | -0,7131 | -0,0371 | 0,0385 |
| 5 | Siloam International Hospitals | -3,3017 | -2,8203 | -2,7431 | -2,9417 |
| 6 | Merck tbk | -1,0775 | -2,7585 | -2,7137 | -2,9855 |
| 7 | Darya-Varia Laboratoria Tbk | -3,2136 | -3,2252 | -2,7824 | -2,7000 |
| 8 | Sarana Meditama Metropolitan | -1,7076 | -0,8668 | -1,4544 | -3,8754 |
| 9 | Tempo Scan Pacific | -2,8543 | -2,8729 | -3,0167 | -3,0862 |
| 10 | Industri Jamu dan Farmasi Sido | -4,4689 | -4,5831 | -4,4769 | -4,8736 |
| 11 | Mitra Keluarga Karyasehat | -4,1972 | -4,1608 | -4,2090 | -4,4323 |
| 12 | Kalbe Farma tbk | -4,0422 | -3,8798 | -3,7915 | -3,9071 |
| 13 | Prodia Widyahusada | -3,6510 | -3,8095 | -3,7345 | -4,1646 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2023)

Dalam penelitian yang telah tertera pada **Tabel 19**, hal tersebut dapat terlihat bahwa perusahaan nampaknya hampir secara keseluruhan tidak mengalami perbedaan financial distress sebelum dan saat Covid-19. Pada tersebut menunjukkan terdapat dua perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan atau financial distress yaitu Pyridam Farma serta Indofarma Tbk dengan hasil perhitungan yang melebihi nilai 0. Namun, hal ini berbanding dengan perusahaan yang lain karena walaupun terdapat beberapa penurunan yang terjadi di tahun 2020, perusahaan beberapa perusahaan masih mampu bertahan dengan baik. Hal ini pun mungkin dapat terjadi karena adanya keputusan manajemen serta faktor lain yang menguntungkan perusahaan saat pandemi terjadi, secara hal ini berjalan pula dengan bisnis yang mereka jalani. Kemungkinan penurunan pun dapat terjadi juga karena adanya kondisi PHK

karyawan yang membuat perusahaan pun mengalami penurunan. Maka hal ini pun, memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Destiani, *et al.*, (2023) yang juga tidak memiliki perbedaan financial distress sebelum dan saat Covid-19.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada sektor *healthcare*, setiap rasio memberikan pengaruhnya masing-masing. Dengan *current ratio* yang memberikan pengaruh negatif yang signifikan pada masa sebelum dan saat Covid-19, dimana hal ini mengartikan bahwa CR tidak berperan secara besar dalam memprediksi *financial distress* dikarenakan perusahaan mampu menstabilkan CR yang ada. Kemudian *return on asset ratio* memberikan pengaruh negatif yang signifikan juga, dengan demikian hal ini dapat dikatakan perusahaan masih mampu menghasilkan laba pada masa sebelum dan saat Covid-19 dan menjauhi dari kondisi *financial distress*. Sedangkan *debt to asset ratio* memberikan pengaruh positif yang signifikan, dimana dengan bertambahnya pinjaman yang dilakukan untuk mendanai aset perusahaan, perusahaan semakin lama akan mendekati kebangkrutan. Serta pada akhirnya perbedaan yang terjadi terhadap *financial distress* pada masa sebelum dan saat Covid-19 tidak terlalu memberikan perbedaan yang signifikan dikarenakan rata-rata perusahaan mampu mempertahankan bisnisnya dengan stabil walaupun sempat mengalami sedikit penurunan pada awal Covid-19.

Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan yaitu hanya dapat melihat dari sudut pandang sektor *healthcare* saja, kemudian penelitian ini juga hanya menggunakan metode *X-Score* yang mana hanya mengacu pada *return on asset ratio*, *debt ratio*, serta *current ratio*.

Saran bagi perusahaan

Dapat berhati-hati dalam melakukan pinjaman untuk mendanai aset yang nantinya akan digunakan untuk menghasilkan keuntungan. Dan mampu menstabilkan aset lancarnya maupun keuntungan yang didapatkan, serta mengoptimalkan aset yang dimiliki. Jika perusahaan tidak mampu mengontrol hal tersebut maka perusahaan akan semakin dekat dengan yang namanya *financial distress*.

Saran bagi penelitian selanjutnya

Dapat menggunakan model perhitungan kebangkrutan yang lain dengan menggunakan sektor industri yang sama, ataupun menggunakan model perhitungan kebangkrutan yang sama dengan menggunakan sektor industri yang berbeda. Serta dapat menggunakan periode waktu beberapa tahun setelah pandemi Covid-19 untuk melihat bagaimana perkembangan suatu perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. W., & Wirawati, N. G. P. (2019). Pengaruh Rasio Keuangan Pada *Financial distress* Perusahaan Ritel Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI): *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol 26 No 1, Hal. 251-280. Link: <https://dx.doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p10>
- Hery. (2016). *Analisis laporan keuangan (integrated and comprehensive edition)*. Jakarta: PT Grasindo. 3-4, 149, 162, 192.
- Maulida, I. S., Moehaditoyo, S. H. & Nugroho, M. (2018). Analisis rasio keuangan untuk memprediksi *financial distress* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2016: *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, Vol 2 No 1, Hal. 179-193. Link: <https://dx.doi.org/10.25139/jai.v2i1.1149>
- Sudaryanti, D., & Dinar, A. (2019). Analisis prediksi kondisi kesulitan keuangan dengan menggunakan rasio likuiditas, profitabilitas, financial, leverage dan arus kas. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol 13 No 2, Hal.101-110. Link: <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.120>
- Rahayu, W. P. & Sopian, D. (2017). Pengaruh rasio keuangan dan ukuran perusahaan terhadap *financial distress* (studi empiris pada perusahaan food and beverage di Bursa Efek Indonesia): *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 1 No 2, <http://dx.doi.org/10.31000/competitive.v1i2.240>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 115-116.
- Wulandari, S. (2019). Pengaruh rasio keuangan dalam memprediksi *financial distress* pada sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unjani Expo (Unex)*, Vol 1 No 1, Hal. 87-90. Link: <https://journal.unjani.ac.id/index.php/unex/article/view/39>
- Kusuma, E. & Sumani (2017). Pengaruh likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap *financial distress* (Z-Score) perusahaan property, real estate, dan manufaktur periode 2014-2016. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 1–16. Link: <https://doi.org/10.25170/jm.v14i1.794>
- Purwanti, M. D. & B. (2018). Pengaruh rasio keuangan terhadap *financial distress* pada perusahaan perusahaan sektor industri: *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(12). Hal. 1-15, Link: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2624>
- Ardian, V. A., Andini, A. & Raharjo, K. (2015). Pengaruh rasio likuiditas, rasio leverage, rasio aktifitas, dan rasio profitabilitas terhadap financial distress (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015). *Religion and Society*, 21, 162–163. Link: https://doi.org/10.20594/religionandsociety.21.0_162
- Mahaningrum, A. A. I. A. & Merkusiwati, N. K. L. A. (2020). Pengaruh rasio keuangan pada financial distress. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(8), 1969-1984. <https://dx.doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i08.p06>
-

- Destiani, N., Kesuma, I. M. & Sari, D. W. (2023). Pengaruh rasio keuangan terhadap financial distress sebelum dan saat pandemi Covid-19. *Proceedings Economic, Social Science, Computer, Agriculture And Fisheries (ESCAf)*, 104-114.
- Damajanti, A., Wulandari, H. & Rosayati. (2021). Pengaruh rasio keuangan terhadap financial distress pada perusahaan sektor perdagangan eceran di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi*, Vol 19 No 1, Hal. 29-44. <http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v19i1.2998>
- Nurhayati, D., Dewi, R. R. & Fajri, R. N. (2021). Pengaruh rasio keuangan terhadap financial distress pada industri food and beverage di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 59-64. <https://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.197>
- Nurdiwati, D. & Zaman, B. (2021). menguji pengaruh rasio keuangan perusahaan terhadap financial distress. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, Vol 6 No 2, Hal. 150-167. <https://doi.org/10.51289/peta.v6i2.523>
- Komala, F. & Triyani, Y. (2020). Analisis rasio keuangan terhadap financial distress dengan struktur kepemilikan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi*, 8(2). <https://doi.org/10.46806/ja.v8i2.619>.
- Antoniawati, A., & Purwohandoko, P. (2022). Analisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap financial distress pada perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 28–38. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p28-38>.

Relationship Between Employee Value Proposition and Resignation with The Moderating Effect of Employee Satisfaction

Muhammad Shidqi Fakhri

Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
shidqifakhri94@gmail.com

Eva Hotnaidah Saragih*

Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
evasaragih67@gmail.com

E Annisa Dwiwana

Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya No.9, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia
annisa.dwiwana@gmail.com

(*) Corresponding Author

Diterima: 10-09-2023 | Disetujui: 18-10-2023 | Dipublikasi: 31-10-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 menimbulkan kekhawatiran bagi perusahaan dengan terjadinya fenomena pengunduran diri yang besar di seluruh dunia, terutama di negara-negara maju. Para pekerja kini memiliki pandangan berbeda pasca pandemi, di mana mereka memandang kesejahteraan sebagai aspek penting dalam pekerjaan dan proposisi nilai karyawan. Oleh karena itu penting untuk mengetahui bagaimana masyarakat Indonesia memandang masalah ini. Metode penelitian yang digunakan adalah survei elektronik dengan responden yang merupakan pekerja di sekitar wilayah metropolitan Jabodetabek, dengan rentang usia tersebar antara 26-35 tahun. Survei didasarkan pada tiga variabel, yaitu proposisi nilai karyawan (Idv), niat mengundurkan diri (Dv), dan kepuasan karyawan (M). Hasil kemudian dianalisis dengan analisis regresi termoderasi dan analisis regresi linier, untuk melihat keabsahan hipotesis. Penelitian ini menemukan: (1) proposisi nilai karyawan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap niat mengundurkan diri, dan (2) hubungan antara proposisi nilai karyawan dan niat mengundurkan diri secara signifikan tidak dimoderasi oleh kepuasan karyawan. Perusahaan-perusahaan di Indonesia perlu mencari cara lain untuk mempertahankan komitmen karyawannya, karena kepuasan karyawan hanya dapat dicapai melalui pengaruh perilaku terhadap karyawannya. Pendekatan berbeda seperti memberikan revisi proposisi nilai karyawan perusahaan berdasarkan valensi yang tepat perlu dilakukan untuk memuaskan pekerja Indonesia sehingga komitmen pekerja dapat dikendalikan.

Kata kunci:

Proposisi Nilai Karyawan; Niat Mengundurkan Diri; Kepuasan Karyawan; Sumber Daya Manusia

ABSTRACT

COVID-19 pandemic brought concerns to the corporation with the great resignation phenomenon that happens around the world, especially in developed nations. Workers now have different views after the pandemic, where they view well-being as an important aspect of work and employee value proposition. Therefore it is important to know how Indonesians view this issue. The method of this study is an electronic survey with respondents which are workers around Jabodetabek metropolitan areas, with a range of age between 26-35 years. Surveys are based on three variables, employee value proposition (Idv), intention to resign (Dv), and employee satisfaction (M). Results then analyzed with moderated regression analysis and linear regression analysis, to view the validity of the hypotheses. This research found: (1) employee value proposition significantly has a negative influence on intention to resign, and (2) the relationship between employee value proposition and intention to resign

significantly are not moderated by employee satisfaction. Corporations in Indonesia need to search for other means to maintain their employee commitment, as employee satisfaction only approaches by behaviorally influencing its employees. Different approaches like revising company EVP that is based on the right valence need to be done to satisfy and maintain commitment of Indonesian workers.

Keywords:

Employee Value Proposition; Resignation; Employee Satisfaction; Human Resources

INTRODUCTION

The COVID-19 pandemic brought inflation in post-pandemic or endemic times that risked disrupting the country's recovery. Data from the Job Openings and Labor Turnover Survey (2021), identify that monthly resignation rates in the United States during 2021 were the highest in 20-year history. And that the number of job openings far exceeds the number of hires (Jiskrova, 2022). In July 2020 pandemic times forced corporations in Indonesia to fire their employees, done forcefully due to force majeure. There are 15,6% workers in Indonesia that have been fired, and 13,6% of them do not even get any compensation or severance pay. It contradicted what was written on Indonesia's UU No.13/2003 regarding employment. Jakarta, as the second most large population of Indonesia, has a rate of employee turnover on 11,8%, where 6,8% of responder got 50% decrease on income and 30,8% got decrease of income below 50% (Ngadi, Meilianna, & Purba, 2020). Based on the survey that collected preference of Indonesian workers after pandemic times, there are 77% on the intention of resignation where 45% of the rest are not willing to do so. The survey reveals several cause that hold their resignation, it includes (1) the workers haven't found any job replacement that satisfy them (56%), (2) lack of job opportunities that include their field of work (23%) and (3) worries of job security on their new jobs (21%). Evolving employee preferences that also revealed from the survey are that 85% of talent in Indonesia have relooked their work-life priorities over the past year, chief of which is the desire to spend more time with their family and friends. This emphasis in relationships brought over to their assessments of employers, where talent in Indonesia highly value colleagues and cultures that inspire them to do their best (Robert Walters Group Company, 2022). Several negative and positive impact on Indonesia's corporation are emerging, such as (1) emptiness on corporation's human resource, (2) need for recruitment and selection, (3) disturbance on work process, (4) leak on company's confidential data, (5) decrease moral on abandoned employees, (6) potential worker lost, (7) decrease on unproductive worker, and (8) unnecessary cost. It is concluded that the needs of corporations and employees as an individual, to get creative in innovating on self development and recovery are essentials (Muslim, 2020).

These concerns multiply with the emergence of the global great attrition/great resignation phenomenon. A journal by Human Resource Management International Digest (2020), raised concerns about organizational leaders and human resources teams who felt they had no control over the retention of valuable employees in the organization at that time. It was said that the influence of external forces on skilled employees had threatened the smooth running of the recruitment budget, so there was a research to re-examine the employee value proposition (EVP) in that year which had entered the pandemic period. The journal concludes that companies need to improve their EVP development strategy in line with improving employee satisfaction in order to gain employee's loyalty and desired behaviors. The current trend regarding EVP is told in an article by Bangalore (2021), where pandemics have changed the way people view work. With the occurrence of great attrition, many employees resign

from their jobs due to mental fatigue, this happens when employees adapt to the new normal. Therefore it is necessary to make the aspect of well-being the main key to the formation of EVP. Similar but contradictory matters were discussed again in the article by Moalusi (2022), which raised the topic of how the impact of the Covid-19 pandemic on well-being needs to be reconsidered when the world enters recovery stage. Apart from great resignation/attrition caused by a change of how a person or in this context employees, have looked back and gained a new perspective on life that caused them to leave their jobs. These articles highlight the importance of strengthening the well-being aspect of company EVP as the key to facing change during the pandemic. Yet the article has not discussed the effect of EVP on intention to resign with employee satisfaction moderation in developing countries. More precisely discusses Indonesia's situation in the post pandemic time for future references.

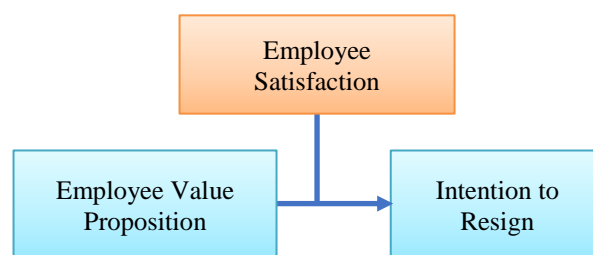


Figure 1. Theoretical framework

The illustration above illustrates how the EVP variable acts as an independent variable to the intention to resign variable. It also illustrates how the employee satisfaction variable acts as a moderating effect on the relationship. Looking at the model that has been described, two questions were obtained as follows:

1. How significant is the effect of employee value proposition on intention to resign in Jabodetabek Area?
2. How significant is the moderating effect of employee satisfaction on the relationship between employee value proposition and intention to resign?

The hypotheses identified:

H₁ : Employee value proposition significantly affects intention to resign negatively.

H₂ : The relationship between employee value proposition and intention to resign significantly moderated by employee satisfaction.

The research is expected to be useful for academics who conduct further research, as an illustration of how EVP affects the level of intention to resign in Jakarta, during the great resignation with a moderating effect given the employee satisfaction. It is hoped that the research can also be useful for practitioners/managers in companies who need references in the decision-making process related to the issues raised by this research.

RESEARCH METHODS

Population and Sample

The participants in this study are workers/employees around Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek) as one of Indonesia's metropolitan areas. With the range of age spread between 26-35 years (mostly), employees in the early adult phase of age. A total of 169 responses have been recorded and used to generate analysis results. In selecting the participants, a purposive sampling method was used. This method chooses a specific element to acquire specific purpose, where minimum 30 participants of specified sources are required in order to view the variables correlation (Hair, Page, & Brunsveld, 2020).

Data Analysis Method

The data are processed with JASP to view variable correlation using linear regression and moderated regression analysis. Results then displayed on tables to be analyzed. The main regression model is defined in the following equation:

$$ES = \alpha + \beta_1 IR + \varepsilon$$

$$ES = \alpha + \beta_1 IR + \beta_2 EVP + \varepsilon$$

$$ES = \alpha + \beta_1 IR + \beta_2 EVP + \beta_3 IR * EVP + \varepsilon$$

Where:

ES = Employee Satisfaction

IR = Intention to Resign

EVP = Employee Value Proposition

Research Variables and Variables Measurements

Dependent Variable

Intention to Resign is the dependent variable of this study. It is chosen because of its nature of being the base activity of resignation & attrition rates. Intention to resign is the strength of an individual's view that he/she does not want to stay with their current employer (Brown, 1996). It is conceived of as a conscious and deliberate desire to leave the organization within the near future, and considered as the last part of a sequence in the withdrawal cognition process (Mobey *et al.*, 1978), which also includes thoughts of leaving and intentions to seek out alternatives (Tett and Meyer, 1993, p. 262), in either a passive or an active job search (Kirschenbaum & Weisberg, 1994).

Where resignation/employee turnover is defined as something that happens when an employee leaves the organization. There are two kinds of turnover, which are involuntary turnover and voluntary turnover. (1) Involuntary turnover happens when an organization initiates the turnover and makes an employee who would rather stay resigned from their jobs. On the other hand, (2) voluntary turnover

happens when the employees initiate the turnover (Noe, Hollenbeck, Gerhart, & Wright, 2021). Resignation is usually affected by an employee's satisfaction rate, if it's high it will decrease resignation/turnover rate. Intention to Resign is measured with Boselie (2014), scope of employees measurement. Based on its last scope of employee satisfaction survey; turnover scale. And in other references are the phenomenon that are gathered from the recent mentioned above journals.

Independent Variable

Employee value proposition (EVP) is the independent variable of this study. Employee value propositions (EVP) are defined as a frame of attributes that are perceived by the employee and labor market as values and benefits. Those values and benefits are obtained by working in a certain corporation (CLC, 2006). Mosley (2014), defines EVP as any quality that is associated with the company as the employer. EVP also projects anything that is expected by employees from a firm/company, which also reflects what the company expects of the employees in return. In measuring EVP this research uses 38 attributes of EVP by CLC. Which divide the EVP scopes in five areas, organization, people, work, rewards and opportunity. The questionnaire then developed in those five scope, in a 5-point likert's scale. And to identify well-being scope in EVP the questionnaire will use Universum scopes of EVP that are explained by Mosley (2014).

Moderating Variable

Employee satisfaction is the moderating variable of this study. Noe (2021), defines employee satisfaction as everything that influences employees daily life both inside and outside of the workplace. Lawler (2008), defines employee satisfaction/engagement as a concept where it specifically implies an emotional and intellectual involvement with an organization. This also represents a variety of factors such as motivation, job satisfaction, commitment, congruence and trust. Employee satisfaction affects not only motivation, citizenship behavior, but also turnover rate or resignation. Employees who are not satisfied, usually tend to resign from their job. Using Boselie (2014), scope of measurement which measures the scope of motivation scale, organizational citizenship behavior, employee trust, perceived justice in distributive and procedural, and employee turnover. But the last scope "employee turnover" is excluded from this variable, to be included in the resignation variable questionnaire on scope.

These three variables then developed into a 5-point likert's scale, with a response from 1 – strongly disagree up to 5 – strongly agree. Items from the above findings therefore will be assured content validity with pearson validity check. To assure the reliability of the instrument, the cronbach alpha measure of internal consistency will be used. Some items will be in positive statements while others in negative statements. During the coding process, the negative score will be adjusted to the positive score.

RESULT AND DISCUSSION

Validity and Reliability Test

Descriptions of the questionnaire that will be distributed are put on the appendix section. Below is the description of the validity & reliability test process.

Table 1. Validity & reliability test result

| Variable | Item | Validity | Reliability |
|----------|--------|----------|-------------|
| ES_M | ES_1 | 0.19 | 0.749 |
| | ES_2 | 0.37 | |
| | ES_3 | 0.57 | |
| | ES_4 | 0.59 | |
| | ES_5 | 0.19 | |
| | ES_6 | 0.46 | |
| | ES_7 | 0.44 | |
| | ES_8 | 0.30 | |
| | ES_9 | 0.06 | |
| | ES_10 | 0.43 | |
| IR_DV | IR_1 | 0.56 | 0.832 |
| | IR_2 | 0.19 | |
| | IR_3 | 0.49 | |
| | IR_4 | 0.34 | |
| | IR_5 | 0.52 | |
| | IR_6 | 0.23 | |
| | IR_7 | 0.51 | |
| | IR_8 | 0.27 | |
| | IR_9 | -0.11 | |
| | IR_10 | 0.25 | |
| EVP_IDV | EVP_1 | 0.40 | 0.924 |
| | EVP_2 | 0.29 | |
| | EVP_3 | 0.42 | |
| | EVP_4 | 0.41 | |
| | EVP_5 | 0.26 | |
| | EVP_6 | 0.46 | |
| | EVP_7 | -0.047 | |
| | EVP_8 | 0.48 | |
| | EVP_9 | 0.27 | |
| | EVP_10 | 0.26 | |

Source: Processing data by authors (2023)

Invalid and unreliable items are excluded from the questionnaire, when responses reach the minimum 30 respondents. The items that are excluded (invalid) are items that do not meet minimum value (0.3) (Sugiyono, 2014). From the first variable employee satisfaction (M), the excluded items are ES_1, ES_5, and ES_9. From the dependent variable (Dv) intention to resign, the excluded items are IR_2, IR_6, IR_8, IR_9 and IR_10. From the independent variable (Idv) which are employee value propositions, the excluded items are EVP_2, EVP_5, EVP_7, EVP_9 and EVP_10. Finally after the excluded items are concluded, the item's reliability is tested. The results in the reliability table above, are the one that tested after the mentioned items are excluded. Resulted in all variables having good reliability values. Where moderating variables result in 0.749 reliability (high reliability), dependent variable on 0.832 (high reliability), and independent variable on 0.924 (perfect reliability).

Table 2. Murniati's (2013) range of reliability

| Reliability Range Value | Identification |
|-------------------------|----------------------|
| > 0,9 | Perfect Reliability |
| 0,7 – 0,9 | High Reliability |
| 0,5 – 0,7 | Moderate Reliability |
| < 0,5 | Low Reliability |

Source: Processing data by authors (2023)

Items that are valid and reliable continue to be kept in the questionnaire. Further collecting the rest of responses and gained a total of 169 respondents.

Result of Hypothesis 1 - Employee Value Proposition and Intention to Resign

Table 3. Employee value proposition affects intention to resign negatively.

| DV | Anova Sig | R ² | IV | B | Beta | Sig. |
|-------|-----------|----------------|----------|--------|---------|-------|
| IR_DV | <.001 | 20.1% | Constant | 5.585 | - 0.449 | <.001 |
| | | | ES_IDV | -0.828 | | <.001 |

Source: Processing data by authors (2023)

Anova significance values are <.001, resulting in EVP variables related to resignation. Identified based on the test, EVP variables are influencing intention resign variables on 20.1% (= 0.201). The rest 79.9% are influenced by other variables. From linear regression it is found that EVP are related to resignation (p <.001), and the result of Beta value of - 0.449 identifies that the relationship between EVP and intention to resign are affecting negatively. It means according to the responder, EVP does have an effect on how it decreases the chance of resignation (hypothesis 1 accepted).

Result of Hypothesis 2 - Employee Value Proposition and Employee Satisfaction

Table 4. The relationship between employee value proposition and intention to resign significantly moderated by employee satisfaction.

| DV | Anova Sig | R ² | IV | B | Beta | Sig. |
|-------|-----------|----------------|----------|---------|---------|-------|
| IR_DV | < .001 | 23.4 % | Constant | 6.783 | - 0.460 | 0.015 |
| | | | EVP_IDV | -0.848 | | 0.165 |
| | | | ES_M | - 0.379 | | 0.619 |
| | | | EVP*M | 0.017 | | 0.918 |

Source: Processing data by authors (2023)

Anova significance test still shows the same value and remains unchanged (<.001). With the adding of moderation test from the dummy EVP*M variable, there are increasing in the value of R² from 20.1 percent to 23.4%. Means that there is an increase in employee satisfaction influencing intention resign variable (by 3.3%), with the adding of employee satisfaction variable. And that the other 76.6% are influenced by other unknown variables. From the significance of the T-test (sig.) all variable show an unrelated relationship, we can see that from all the result that are above 0.05 (EVP_IDV 0.165, ES_M 0.619, EVP*M 0.918). This means that there is no moderation of all the variables, resulting in no moderation (homologizer moderator). It shows that the relationship between EVP and resignation are not moderated by employee satisfaction (hypothesis 2 rejected). Meanwhile the Beta value (EVP β = - 0.460 increased from - 0.449 before the adding of moderating variable, ES

$\beta = -0.229$ and $EVP * M \beta = 0.061$) shows that all variables have a negative relationship, while the moderating variable shows a positive relationship

Discussion

Human resource concerns are always to provide a better environment and benefits to the workers. The result of this research reflects on differences that are happening now in Jakarta and the area around it, that differs from journals and the theories that have been mentioned before. The concern about great attrition/resignation and employee satisfaction, can be maintained by re-evaluating a company EVP to enhance employee satisfaction. As mentioned by Moalusi (2022), that organizations need to revise their EVP in order to enhance employee engagement and employee satisfaction as a part of EVP development strategy in order to improve loyalty and gain desired behavior, are not relevant to the respondent. That is shown by the result of hypothesis two that shows the relationship between EVP and intention to resign are not moderated by employee satisfaction.

There is still correlation that shows in the first linear regression analysis, which involves inspecting EVP and intention resign relationship. The results are that EVP are negatively influencing resignation rate (EVP_IDV β : -0.449). It is in line with what has been said by Kumari, Dutta & Bhagat (2020), that organization value proposition correlates positively with how a corporation maintains its employee retention or employee intention to resign. Employee value propositions act as a back bone on employer branding, as it develops a clear vision about the organization and significantly helps in employee attraction and retention. Bangalore, R. (2021), said that pandemic has brought change to the way people view work and the importance of well-being are not yet viewed as relevant for the participant of this research. The result of moderated regression analysis shows that there are increasing in the value of R^2 from 20.1 percent to 23.4%. Means that there is an increase of EVP influencing resignation variable (by 3.3%) with the adding of employee value proposition as moderating variable. Where the other 76.7% are influenced by other unknown variables. As mentioned, EVP are a frame of attributes that are perceived by the employee and labor market as values and benefits (Corporate Leadership Council, 2006).

Human motivation is more complicated than satisfactory factors that motivate people, as described by Victor Vroom's expectancy theory. Where managers and associates consider three factors in deciding whether to exert effort. First, they consider the probability that a given amount of effort will lead to a particular performance. Second, are the perceived connection between a particular level of performance and important outcomes. And thirdly, are the importance of each anticipated outcome. Where an outcome must have an important valence to someone in order to motivate (Vroom, 1964). The right valence has to be met, in order to give the right employee value proposition so that it can motivate employees.

To counteract the incoming wave of employee turnover, it still becomes a need for organizations to review and revise their EVP. It means actively seeking guidance and input from employees to ascertain what they still regard as relevant, re-engaging talent and collaborating for meaningful solutions on how to bring about the best value and listening with the intention to act (Moalusi, 2022). When organizations do not trust employees then employees are not satisfied with their job, and when employee intentions to employee turnover are high, the greater the possibility for employees to leave organizations, reporting a shorter period of work (Jeffrey, 2007).

Therefore, in the upcoming wave of employee turnover it is important for organizations to deliver the right valence and revise their EVP, in order to increase employee commitment (Corporate Leadership Council, 2006). This also applies to employer branding in doing recruitment to fill the incoming need of human resources. Employer branding is focused on talent attraction, retention, and engagement initiatives targeted at enhancing an organization's brand as a place to work. The term of employer branding can be described as how firms market EVP to their prospective and current employees and maintain the loyalty promoting both inside and outside the firm, a strong view of what makes it different and desirable as an employer (Backhaus & Tikoo, 2004). New revised EVP can help the process of employer branding in employee retention and employee engagement scope. So that employees are willing to stay longer and commit, with the increased quality of value proposition that employer branding provides. By means giving employees the right valence, in the form of value propositions like compensation/reward scheme. Because every organization has its own unique needs, further approaches on identifying employees' new preference can be applied using customized corporate EVP surveys and interviews.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATION

This paper presented a conceptual framework that explained the moderating role of employee value proposition on the relationship between employee satisfaction and resignation In Jabodetabek area of Indonesia. Differences in the geographical area that this research took place has shown us that a little part of Jabodetabek are still taking work as a very important aspect of life and survival. As an area that pictures Indonesia's most economic face, it represents Indonesia as a developing country. This research found, there is no moderation in the relationship of employee satisfaction to the rate of resignation. And there are no moderating effects in the model.

It can be concluded that even if Indonesia gets the same effect of the pandemic as other countries, Jabodetabek as their representative metropolitan area still does not have the luxury to give up work. But in facing the incoming wave of employee turnover, it is still important for organizations to review and revise their EVP. In hope of creating a better work environment for employees, and also creating a good employer brand in the recruitment process.

Yet, this study has some limitations. The research does not acquire the required sample of the whole population of the areas, due to researcher limitation and part of learning. This research also only partly focuses on a very limited method and variables, there are other methods and variables that can be tested to the search in the future study. With an R^2 of 23.4%, the value still counts to give influence even when there is no moderation. This shows that the variable still holds a different kind of relationship. For future studies, it is recommended to take another method to the test and also give an account of other eligible variables that can be measured. The researcher found this kind of research very important, it is to give Indonesian people a perspective about how we should take account of human resources trends to be more applicable. The researcher can only hope for better future research regarding this concern

REFERENCE

- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9 (5), 501. <http://dx.doi.org/10.1108/13620430410550754>
- Bangalore, R. (2021). Well Being of employee is key: The wellbeing of employees is becoming an important aspect of a company's employee value proposition, and firms are focusing more on holistic wellbeing. *The Economic Times*.
- Boselie, P. (2014). *Strategic Human Resource Management. A Balanced Approach (2nd Ed)*. Berkshire: McGraw Hill Education.
- Brown, S. (1996). A meta-analysis and review of organizational research on job involvement. *Psychological Bulletin*, 120 (2), 235-255. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.120.2.235>
- Carmeli, A., Weisberg, J. (2006). Exploring Turnover Intentions among Three Professional Groups of Employees. *Human Resource Development International* 9 (2), 191-206. <https://doi.org/10.1080/13678860600616305>
- Corporate Leadership Council. (2006). Attracting and retaining critical talent segments: identifying drivers of attraction and commitment in the global labor market. *Corporate Executive Board*.
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods*. New York: Taylor & Francis.
- Human Resource Management International Digest. (2020). Unlocking concealed value in the employee value proposition: A behavioral journey through employee commitment within the work environment. *Human Resource Management International Digest* 28(5), 41-43. <https://doi.org/10.1108/HRMID-04-2020-0079>
- Jeffrey, P. (2007). Human Resources from an Organizational Behavior Perspective: Some Paradoxes Explained. *Journal Of Economic Perspectives* 21 (4), 115-134. <https://doi.org/10.1257/jep.21.4.115>
- Jiskrova, G., K. (2022). Impact of COVID-19 pandemic on the workforce: from psychological distress to the Great Resignation. *G. J Epidemiol Community Health*, 1-2. <http://dx.doi.org/10.1136/jech-2022-218826>
- Kumari, P., Dutta, M., & Bhagat, M. (2020). Employer Branding and its Role in Effective Recruitment. *AIMS Journal of Management* 14(2), 92 - 97. <https://doi.org/10.26573/2020.14.2.2>
- Kirschenbaum, A., Weisberg, J. (1994). Job search, intentions and turnover: the mismatched trilogy. *Journal of Vocational Behavior*, 44, 17 – 31. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1002>
- Lawler, E. E. (2008). *Talent*. San Francisco: Josey Bass.
- Moalusi, U. (2022). The Year of the Employee - A revised employee value proposition. *Biz Community*.
-

- Mobley, W. H., Horner, S. O. & Hollingsworth, A. T. (1978). An evaluation of precursors of hospital employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 63(4), 408 – 14. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/701211/>
- Mosley, R. (2014). *Employer Brand Management: Practical Lessons from the World's Leading Employers*. UK: John Wiley and Sons Ltd.
- Mosley, R. S. (2017). *Employer Branding for Dummies*. USA: Willey.
- Murniati, M. P., Warastuti, Y., & Purnamasari, S. (2013). *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Muslim, M. (2020). PHK pada masa pandemi covid-19 . *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23 (3), 12-13. <https://doi.org/10.55886/esensi.v23i3.218>
- Ngadi, Meilianna, R., & Purba, Y. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap PHK Dan Pendapatan Pekerja Di Indonesia. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 5. <https://doi.org/10.14203/jki.v0i0.576>
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B., & Wright, P. (2021). *Fundamentals of Human Resource Management, 9th Edition*. Vital Source Bookshelf: McGraw-Hill Education.
- Robert Walters Group Company. (2022). *South East Asia Reality Check The 'Not-So-Great' Resignation*. Retrieved from Robert Walters: <https://www.robertwalters.com.vn/content/dam/robert-walters/country/vietnam/files/whitepapers/rwsea-the-not-so-great-resignation-e-guide.pdf>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tett, R. P., Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: path analyzes on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46 (2), 259 – 93. Link: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1993.tb00874.x>
- U.S. Bureau of Labor Statistics. (2021). *Job openings and labor turnover survey (JOLTS)*. Retrieved from: <https://www.bls.gov/jlt/>.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. New York: John Wiley and Sons.
- Ziv. (2020, May 10). *Don't be fooled by official unemployment rate of 14.7%, The real figure is even scarier*. Retrieved from forbes: <https://www.forbes.com/sites/shaharziv/2020/05/10/dont-be-fooled-by-official-unemployment-rate-of-147-the-real-figure-is-even-scarier/#5181baa455dd>

APPENDIX

Appendix 1. Operationalization of variables

| Variable | Sources | Items | Scale |
|--------------------------------------|----------------|--|--------------------|
| Employee Satisfaction (ES_M) | Boselie (2014) | 1. I try hard at doing work | |
| | | 2. I am reluctant to help colleagues around me who need help (-) | |
| | | 3. I feel emotionally attached to the company | |
| | | 4. I'm worried about my boss's motives and intentions (-) | |
| | | 5. I believe my boss has high integrity | |
| | | 6. I have a fair work schedule | |
| | | 7. I feel that my company holds a lot of wasted activities (-) | |
| | | 8. The company applies job decisions to all employees thoroughly | |
| | | 9. The company restricts employees from obtaining new skills and certifications (-) | |
| | | 10. The company distinguishes between managerial and non-managerial roles in operating (-) | |
| Resignation (RSN_DV) | Noe (2014) | 1. The current company meets my needs well | Likert , 1-5 |
| | | 2. My company can keep up with the changes brought by the pandemic | |
| | | 3. My company is a fun place to work now | |
| | | 4. I feel like I want to keep working in my current office | |
| | | 5. I feel quality of life is more important than career (-) | |
| | | 6. The company at will in respecting employees as workers (-) | |
| | | 7. The company provides an attractive career path | |
| | | 8. The company I work for loses in the Industry competition (-) | |
| | | 9. I feel like starting a business and freelance right now (-) | |
| | | 10. I got a late paycheck during the pandemic (-) | |
| Employee Value Proposition (EVP_IDV) | CLC (2006) | 1. A good company prioritizes a healthy work environment | |
| | | 2. Good companies care about the alignment of work with interests (-) | |
| | | 3. A good company limits the development of the career path of its workers (-) | |
| | | 4. A good company supports diversity in the organization | |
| | | 5. Good companies leave their employees behind in making decisions (-) | |
| | | 6. A good company provides minimal compensation (-) | |
| | | 7. A good company ensures the health of its employees | |
| | | 8. Good companies support gender equality | |
| | | 9. Good companies have goals that inspire their employees | |
| | | 10. Good companies have rigid working hours (-) | |

Appendix 2. Questionnaire sequence

| Variable | Sequence |
|----------------------------|----------------------|
| Employee Satisfaction | 1-3-7-4-2-5-9-8-10-6 |
| Resignation | 1-6-2-7-3-8-4-9-5-10 |
| Employee Value Proposition | 1-3-4-8-2-7-5-9-10-6 |



PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH

Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies (JEBMES) adalah jurnal akademik yang diterbitkan dua kali setahun (April dan Oktober) oleh Research Center and Case Clearing House (RC-CCH) Sekolah Tinggi Manajemen PPM.

JEBMES diterbitkan dengan tujuan untuk menyebarkan informasi hasil riset manajemen dan tinjauan pemikiran bisnis kepada para akademisi, praktisi, mahasiswa dan pihak lain yang berminat pada riset manajemen dan bisnis. Ruang lingkup bidang dari hasil riset yang dimuat dalam JEBMES antara *business management* dan *entrepreneurship*.

Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirimkan ke JEBMES belum pernah dipublikasikan dalam jurnal yang lain. Setiap artikel yang diterima akan melalui proses *double blind review* oleh satu orang anggota dewan editor JEBMES dan satu orang mitra bestari. Kriteria-kriteria yang dipertimbangkan dalam *review* antara lain: (1) memenuhi persyaratan standar publikasi jurnal, (2) metodologi riset yang dipakai, dan (3) manfaat hasil riset terhadap pengembangan manajemen dan praktek bisnis di Indonesia.

Pedoman Penulisan Naskah

1. Sistematika pembahasan dalam naskah:

a) **Abstrak/sinopsis**

Bagian ini memuat ringkasan riset. Abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, yang masing-masing bagiannya memuat tidak lebih dari 200 kata. Abstrak ditulis dengan *Times New Roman* ukuran huruf 10 pt, spasi 1 dan diikuti dengan sedikitnya empat kata kunci (*keywords*) untuk memudahkan penyusunan indeks artikel. Penulisan kata kunci dicetak miring dan berukuran 10 pt.

b) **Pendahuluan**

Bagian ini menjelaskan latar belakang riset, rumusan masalah, pernyataan tujuan dan (jika dipandang perlu) organisasi penulisan naskah. Pada pendahuluan diharapkan memaparkan kerangka teoritis berdasarkan telaah literatur yang menjadi landasan logis untuk mengembangkan hipotesis atau proporsi riset dan model riset.

c) **Metode riset**

Menguraikan metode seleksi dan pengumpulan data, pengukuran dan definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

d) **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Memuat penjelasan analisis data riset dan deskripsi statistik yang diperlukan dan pembahasan temuan

e) **Kesimpulan, implikasi dan keterbatasan**

Memuat simpulan riset, menjelaskan implikasi temuan dan keterbatasan riset, serta jika perlu saran yang dikemukakan peneliti untuk riset yang akan datang.

f) **Daftar pustaka**

Memuat sumber-sumber yang dikutip di dalam penulisan naskah. Hanya sumber yang diacu yang dimuat dalam daftar referensi ini. Daftar pustaka ditulis dengan menggunakan format APA Style, dengan menggunakan aplikasi **Mendeley**

2. Naskah dalam bentuk softcopy diketik dengan Word, dengan jarak baris 1,5 spasi;

3. Judul artikel ditulis dengan huruf *Times New Roman* 14 pt dalam huruf kapital pada setiap awal kata dan bercetak tebal.

4. Identitas penulis dilegkapi dengan urutan afiliasi penulis dan alamat email. Untuk identitas penulis ditulis dengan huruf *Times New Roman* ukuran 11 pt, alamat email dicetak miring dengan ukuran huruf 11 pt.

5. Panjang artikel antara 15 s.d. 20 halaman (dengan jenis huruf *Times New Roman* 11 pt).

-
6. Marjin atas, bawah, kiri dan kanan sekurang-kurangnya 1 inci.
 7. Semua halaman harus diberi nomor urut halaman.
 8. Tabel dan/atau gambar disajikan **merupakan bagian dari badan tulisan**. Judul Tabel berada di atas tabel, sedangkan judul gambar ada di bawah gambar. Penulisan Judul dalam bentuk kalimat (hanya huruf di awal kalimat yang merupakan huruf kapital).
 9. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul sesuai dengan isi tabel atau gambar dan sumber kutipan (jika relevan). Nomor urut tabel dan judul tabel ditulis dengan menggunakan *Times New Roman* ukuran 11 pt. Tabel ditulis dengan menggunakan *Times New Roman* berukuran 10 pt
 10. Artikel diserahkan dalam bentuk *softcopy*

Redaksi :

Research Center and Case Clearing House (RC-CCH)

Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Jl. Menteng Raya 9-19, Jakarta 10340

(021)2300313 ext. 1108 / 2354

jebmes@ppm-manajemen.ac.id

jebmesppm@gmail.com



**JOURNAL
OF EMERGING
BUSINESS MANAGEMENT AND
ENTREPRENEURSHIP STUDIES**

**Research Center and Case Clearing House (RC-CCH)
Sekolah Tinggi Manajemen PPM
Jl. Menteng Raya 9-19, Jakarta 10340
(021)2300313 ext. 1108 / 2354
jebmes@ppm-manajemen.ac.id**