

BUKTI DUKUNG

SKP 2023

5. PUBLIKASI ILMIAH

(Genap 2022/2023 dan Gasal 2023/2024)

BUKTI DUKUNG SKP 2023
Publikasi Ilmiah
ARTIKEL PENELITIAN

(Genap 2022/2023 dan Gasal 2023/2024)



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus A : Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat 10340, Indonesia

Telp : (021) 3904858, 31936540 Fax : (021) 3150604

Jakarta, 8 September 2022

Nomor : 853/D/FEB UPI YAI/IX/2022
Lampiran : -
Hal : Surat Tugas Penulisan Jurnal

Kepada Yth :

- **Bida Sari, SP, M.Si**

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Di –

Tempat

Bersama ini kami menugaskan sebagai Penulis ke-2 di Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 1 dengan Judul ***“Pengaruh Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor, dan Tekanan Waktu Audit Terhadap Kualitas Audit”***.

Diharapkan dapat memberikan laporannya pada kami paling lambat 1(satu) Minggu setelah jurnal tersebut diterbitkan.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Dr. Marhalinda, SE, MM

Dekan

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

1. Judul Jurnal : **Pengaruh Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor, dan Tekanan Waktu Audit Terhadap Kualitas Audit**
2. Nama Jurnal : IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 1
Maret 2023
3. Identitas Penulis
 - a. Nama Penulis Pertama : Angelliani (Mahasiswa FEB)
 - b. Nama Penulis Kedua : Bida Sari (Dosen FEB)
 - c. Nama Penulis Ketiga : -
4. Bidang Kajian : Ekonomi
5. Kelayakan Publikasi : Layak / Tidak Layak

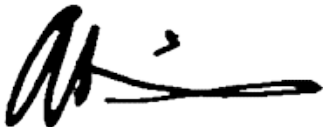
Mengetahui,

Jakarta, 8 September 2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YAI

Tim Penulis

Ketua



(Dr. Abdulah Muksin, SPd, MM)



(Bida Sari, S.P., M.Si)

Vol 6 No 1 Maret 2023
ISSN 2654 - 4946
E-ISSN 2654 - 7538

IKRA-ITH EKONOMIKA



UPI YAI

EKONOMIKA

Universitas Persada Indonesia YAI



Search

[Home](#) / [Editorial Team](#)

Reviewer

Prof.Dr.Adji Suratman, Ak,MM (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=xbvESr4AAAAJ>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6038310&view=overview>)

Dr.Abby Syarif, SE.MM

Dr.Eva Heriati SE,M Ak

Dr.Ahmad Subagyo.SE,MM,C.R.B.D

Chief in Editor

Dr.Ir.W.Hary Susilo,MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=6CCV6X8AAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6689218&view=overview>) (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56539508300&hl=en>)

Editor

Dr.Abdullah Muksin, S.Pd,MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=82qDQSkAAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6092000&view=overview>)

Dr.Nuzulul Hidayati SE,MM,Ak.CA (<https://scholar.google.co.id/citations?user=0x3wR1YAAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6039402&view=overview>)

Dr.Farida SE,MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=eYhkftoAAAAJ&hl=en>) (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56904182300&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=5974738&view=overview>)

Dr.Marhalinda SE.MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=m6dTnesAAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6699727&view=overview>)

Dr.Ir.Yuli Zain,MM (<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=uWtsCQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA110&dq=Membangun+Budaya+Organisasi+Pada+Instansi+Pemerintahan&ots=jZLZ52h3Xd&sig=gZxOXY7YcIwV>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6144047&view=overview>)

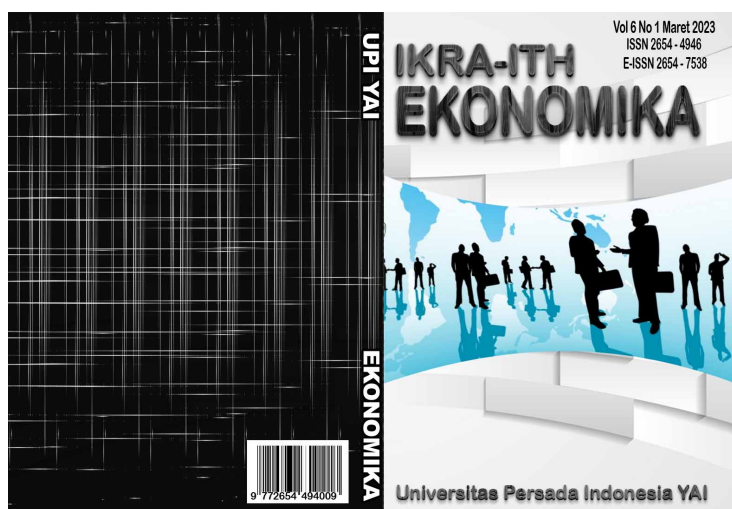




Current Archives About

Search

[Home](#) / [Archives](#) / Vol 6 No 1 (2023): IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 1 Maret 2023



DOI: <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1>

Published: 2022-11-07

Articles

Pengaruh Motivasi Kerja dan Organizational Citizenship Behavior Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Timur Raya Lestari

Joel Sutardy, Maya Syafriana Effendi
1-9



Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Rasio Pada Pt. Erajaya Swasembada Tbk Periode 2019-2021

Ilham Kudratul Alam, Sarpan Sarpan
10-21



Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Star Korea Industri MM2100 Cikarang

Yos Soejarminto, Rahmat Hidayat

22-32



Analisis Faktor yang Memengaruhi Kinerja Perusahaan

Maryati Rahayu, Nastiti Edi Utami

33-43



Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di PT Penjalindo Nusantara (Metaflex)

Aji Eko Marwanto, Wachid Hasyim

44-51



Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen

Muhamad Syahwildan, Budi Supriatono Purnomo, Imas Purnamasari

52-64



Faktor Yang Berpengaruh Penentuan Penyaluran Kredit Perbankan Pada Bank umum Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid 19

Muhamad Syahwildan, Parulian Parulian

65-75



Pengaruh Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor, dan Tekanan Waktu Audit Terhadap Kualitas Audit

Angelliani Angelliani, Bida Sari

76-86



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pelaku UKM di Wilayah Sumur Batu Kecamatan Kemayoran

Nur Wahyuni Nur Wahyuni, Farah Diba Farah Diba, Anindhyta Budiarti Anindhyta Budiarti, Farida Farida

87-97



Pengaruh Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor, dan Tekanan Waktu Audit Terhadap Kualitas Audit

Angelliani¹, Bida Sari²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI
Jalan Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat
E-mail : angelliani24@gmail.com ¹, saribida73@gmail.com ²

ABSTRAK

Kualitas audit sangat penting sebagai proses pengambilan keputusan, makin tinggi kepercayaan yang dicapai auditor maka jumlah bukti yang dikumpulkan kompeten dan relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap kualitas audit, variabel-variabel independen yang diuji antara lain kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, dan tekanan waktu audit terhadap kualitas audit. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 89 responden dari kantor Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) Pusat, data diolah dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kemampuan auditor forensik dan pengalaman auditor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit. Sedangkan, tekanan waktu audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas audit. Berdasarkan Uji ANOVA terdapat pengaruh kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, dan tekanan waktu audit secara bersama-sama terhadap kualitas audit.

Kata kunci : Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor, Tekanan Waktu Audit, Kualitas Audit.

ABSTRACT

Audit quality is very important as a decision-making process, the higher the trust achieved by the auditor, the amount of evidence collected is competent and relevant. This study aims to analyze the effect of several independent variables on audit quality, the independent variables tested include the ability of forensic auditors, auditor experience, and audit time pressure on audit quality. The method used in this research is causal associative research with quantitative techniques. The number of samples studied were 89 respondents from the Central Finance and Development Supervisory Agency (BPKP) office, the data was processed with the help of SPSS version 26. The results showed that partially the ability of forensic auditors and auditor experience had a positive and significant effect on audit quality. Meanwhile, audit time pressure has no significant effect on audit quality. Based on the ANOVA test, there is an effect of the ability of the forensic auditor, the experience of the auditor, and the pressure of audit time together on audit quality.

Keywords : Forensic Auditor Ability, Auditor Experience, Audit Time Pressure, Audit Quality.

1. PENDAHULUAN

Laporan keuangan menjadi sumber informasi eksternal untuk menilai kinerja perusahaan. tidak jarang laporan keuangan disusun sedemikian rupa untuk memengaruhi investor atau pemegang saham untuk berinvestasi atau menanamkan sahamnya diperusahaan, hal ini menyebabkan skandal akuntansi dari tahun ke tahun terus meningkat.

Banyaknya persaingan dalam dunia usaha terus meningkat, baik usaha bisnis maupun usaha pelayanan atau jasa, sehingga menimbulkan banyaknya permintaan atas laporan keuangan audit yang berkualitas untuk menaruh kepercayaan masyarakat atau pihak yang bergantung pada *financial statements*.

Untuk memastikan bahwa *financial statements* yang dihasilkan oleh tata kelola perusahaan dapat disajikan, diperlukan proses audit (Prabhawanti & Widhiyani, 2018). Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa laporan keuangan yang disusun atau dibuat dapat diandalkan.

Untuk menjamin kualitas audit, auditor wajib mendeteksi dan melaporkan pelanggaran apabila ditemukan ketidaksesuaian *financial statements*. Pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor dapat berkualitas tinggi, selama auditor mematuhi aturan dan standar audit yang sesuai. Kualitas audit sangat penting bagi masyarakat umum atau pemangku kepentingan sebagai proses pengambilan keputusan untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat.

Menurut Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan atau (BPKP, 2017) audit investigatif merupakan metode mencari, menemukan, mengumpulkan, menganalisis, dan menilai bukti yang dilakukan pihak-pihak berkompeten dan independen untuk mengungkap tindak pidana atau korupsi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Menurut Tuanakotta (2017) auditor forensik dapat berhasil jika memiliki kemampuan yang memadai, pengetahuan dasar, kemampuan

teknis, dan pengalaman memadai yang mereka peroleh sendiri. Kemampuan auditor dapat meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah tugas yang telah dilakukan. Penelitian yang menunjukkan hal tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Angelina (2017), Armawan et al. (2020), Lestari (2021), dan Primadi (2018).

Pengalaman yang dimiliki auditor akan lebih baik jika mereka memiliki kemampuan yang lebih tinggi, hal ini akan memudahkan untuk membuktikan adanya kesalahan atau kecurangan (Mulyati, 2015). Auditor yang berpengalaman lebih mampu mengidentifikasi aktivitas penipuan dalam laporan keuangan, makin berpengalaman auditor makin rendah tingkat kesalahannya dibandingkan auditor-auditor yang tidak memiliki pengalaman (Segah, 2018). Deteksi penipuan sulit bagi auditor yang tidak berpengalaman dan menjadi tantangan bagi auditor tidak berpengalaman. Penelitian yang menunjukkan hal tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Angelina (2017), Armawan et al. (2020), Chairani (2019), Safira (2021), dan Sutrisni et al. (2017). Namun hasil berbeda yang dinyatakan oleh Fatimah (2020) bahwa pengalaman auditor tidak memiliki pengaruh terhadap kualitas audit.

Tekanan waktu merupakan faktor eksternal yang menyebabkan stres karena tugas yang tidak seimbang dengan waktu yang tersedia (Pikirang et al., 2017). Tekanan waktu disebabkan oleh tingkat persaingan kantor akuntan publik cukup kompetitif, pekerjaan yang tidak terjadwal, pekerjaan yang relatif banyak dengan biaya yang tidak sesuai, serta kemampuan laba dan keterbatasan sumber daya manusia. Tekanan waktu yang tidak realistis akan berdampak terhadap kinerja auditor yang memengaruhi kualitas audit yang dihasilkan oleh auditor (Dewi & Merkusiwati, 2017). Penelitian yang menunjukkan hal tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Al-Qatamin (2020). Namun hasil berbeda yang dinyatakan oleh Santoso (2019), Sibarani (2021) dan Pikirang et al. (2017) bahwa

tekanan waktu tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas audit.

Berdasarkan latar belakang informasi yang diberikan, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan memodifikasi judul: “Pengaruh Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor, Dan Tekanan Waktu Audit Terhadap Kualitas Audit”.

2. LANDASAN TEORI

Kemampuan Auditor

Kemampuan adalah potensi yang dimiliki seseorang untuk menjalankan tugasnya. Kemampuan auditor forensik tercermin dalam kualitas dan keterampilan untuk mendeteksi, mengungkapkan, dan menunjukkan setiap kesalahan atau kecurangan yang terjadi (Pradnyawati, 2019).

Seorang auditor forensik dapat berhasil jika memiliki kemampuan untuk mengumpulkan fakta secara adil dan merata dari berbagai saksi dan mematuhi peraturan perundang-undangan, serta melaporkan fakta secara akurat dan lengkap (Tuanakotta, 2017). Dalam mengumpulkan bukti, seorang auditor harus memiliki sikap yang matang dan didukung oleh pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan.

Auditor dengan kompetensi, pelatihan teknis, pengetahuan, dan pengalaman yang sesuai dapat memberikan penjelasan yang dapat diterima untuk kesalahan dalam akun keuangan yang diaudit, yang menunjukkan bahwa makin banyak pengalaman dan pelatihan mereka, makin tinggi kualitas auditnya (Shintya et al., 2016).

Pengalaman Auditor

Menurut Segah (2018) proses di mana seseorang berkembang menjadi pola perilaku yang lebih unggul disebut pengalaman. Pengalaman adalah faktor utama kinerja auditor, karena auditor berpengalaman dianggap mampu menghadapi, mengevaluasi, dan menyelesaikan berbagai kasus. Pengalaman auditor akan memengaruhi kemampuan kerja, di mana makin banyak pengalaman

kerja yang dimiliki akan mengurangi tingkat kesalahan dibandingkan auditor yang tidak berpengalaman (Segah, 2018).

Pengalaman auditor dapat meningkat dengan adanya jumlah pekerjaan yang diaudit untuk membantu meningkatkan kualitas audit. Selain itu, pengalaman yang dimiliki seorang auditor kurang memadai akan menghambat kinerja dan tanggung jawab auditor dalam mendeteksi adanya kekeliruan atau kecurangan. Pengalaman auditor akan memengaruhi kemampuan kerja, di mana makin banyak pengalaman kerja yang dimiliki akan mengurangi tingkat kesalahan dibandingkan auditor yang tidak berpengalaman (Segah, 2018).

Menurut Furiady & Kurnia (2015) jumlah waktu dan kuantitas kerja audit yang dilakukan oleh auditor bisa meningkatkan kemampuan audit yang dimilikinya. Menemukan dan membuktikan adanya suatu kecurangan bukan hal yang mudah untuk seorang auditor yang tidak memiliki pengalaman, hal ini disebabkan karena pihak lain telah mengantisipasi bagaimana auditor berpikir dan bertindak maka kecurangan yang dilakukan telah disamarkan.

Tekanan Waktu Audit

Menurut Rizal & Liyundira (2016), tekanan waktu adalah keadaan di mana pelanggan atau perusahaan memberikan tekanan pada auditor untuk menyelesaikan audit tepat waktu. Auditor dituntut untuk bekerja dengan cepat meskipun mereka merasa tertekan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tekanan waktu adalah keadaan di mana waktu yang dialokasikan dalam anggaran (tenggat waktu) secara signifikan lebih sedikit daripada jumlah waktu yang sebenarnya tersedia untuk menyelesaikan prosedur audit yang telah ditentukan.

Tingkat persaingan yang ada di antara Kantor Akuntan Publik, penugasan yang tidak terduga, jumlah penugasan yang relatif banyak dengan biaya yang tidak memadai, serta kemampuan *profit* dan sumber daya manusia yang terbatas semuanya dapat

berkontribusi terhadap tekanan waktu (Mustikayani & Dwirandra, 2016).

Auditor akan kurang teliti saat meninjau laporan karena keterbatasan waktu, dan akibatnya auditor mungkin gagal menemukan kecurangan dalam akun keuangan perusahaan. Seorang auditor perlu berhati-hati dalam mengalokasikan waktu dan bekerja dengan cepat. Tekanan waktu yang diberikan kepada auditor akan berpengaruh langsung terhadap kinerja yang dihasilkan. Menurut Dewi & Merkusiwati (2017) tekanan waktu dapat berdampak negatif terhadap kualitas audit yang dihasilkan auditor. Karena ketidakmampuan auditor untuk bekerja secara objektif, kendala waktu dan tuntutan akan mengurangi dan mempengaruhi kualitas audit yang dihasilkan oleh auditor.

Makin tinggi tekanan waktu maka makin meningkat efisiensi prosedur maupun perencanaan audit (Dewi & Merkusiwati, 2017). Auditor dapat mengatasi tekanan waktu dengan bekerja lebih keras atau lebih efektif dengan merampingkan penggunaan waktu yang tersedia (Pikirang et al., 2017).

Kualitas Audit

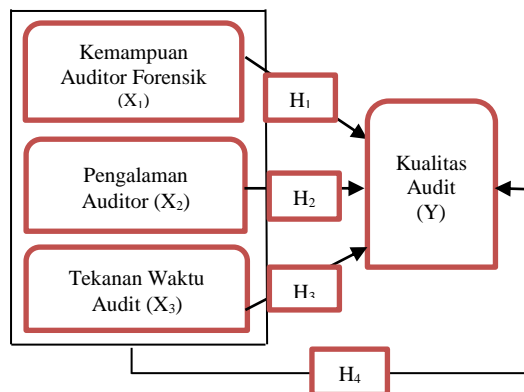
Kualitas audit adalah kemampuan auditor untuk mendeteksi salah saji material dan melaporkan kesalahan sesuai dengan *auditing standard* dan kode etik akuntan publik yang relevan. *Audit quality* menurut De Angelo dalam Agustini & Siregar (2020), adalah kemungkinan auditor akan mendeteksi dan mengidentifikasi penyimpangan sistem akuntansi dalam organisasi klien.

Kualitas audit penting karena mempengaruhi *financial statements* yang dikeluarkan oleh auditor untuk memastikan keakuratan dalam pemeriksaan laporan keuangan, dan dianggap bahwa kualitas audit yang kuat menghasilkan laporan keuangan berkualitas tinggi sebagai dasar pengambilan kebijakan dan keputusan (Dewi & Merkusiwati, 2017). Hasil audit yang berkualitas adalah jaminan bahwa *financial statements* yang diaudit oleh

auditor bebas dari kesalahan dan kecurangan.

Salah satu tekanan yang dapat memengaruhi kualitas audit yaitu keterbatasan waktu yang dimiliki seorang auditor dalam mengaudit, keterbatasan waktu menjadi tantangan tersendiri untuk menghasilkan laporan audit yang berkualitas (Primadi, 2018).

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hipotesis

H₁: kemampuan auditor forensik berpengaruh terhadap kualitas audit.

H₂: pengalaman auditor berpengaruh terhadap kualitas audit.

H₃: tekanan waktu audit berpengaruh terhadap kualitas audit.

H₄: kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, dan tekanan waktu audit secara parsial berpengaruh terhadap kualitas audit.

3. METODOLOGI

Penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian asosiatif kausal bertujuan mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih dengan memeriksa korelasinya (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen (X) yaitu: kemampuan auditor forensik (X₁), pengalaman auditor (X₂),

tekanan waktu audit (X_3), dan satu variabel dependen (Y) yaitu kualitas audit.

Populasi penelitian sebanyak 134 merupakan para auditor yang berpengalaman yang bekerja di lingkungan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Pusat (BPKP) Jakarta. Sampel dipilih sebanyak 89 responden dengan teknik *non-probability sampling* dan pendekatan *purposive sampling* menjadi metode pilihan. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan setiap populasi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel (Sugiyono, 2018:129-131).

Pengumpulan data primer dalam bentuk kuesioner (kuesioner tertutup) dengan menggunakan skala likert, disebarkan melalui aplikasi WA dengan mengisi link bit.ly. Data diolah dengan bantuan SPSS versi 26 yang melibatkan beberapa uji penelitian, yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji mulikolonieritas, heteroskedasitas, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Analisis regresi linear berganda mengikuti model persamaan berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} : Kualitas audit

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien variabel independen

X_{1it} : Kemampuan auditor forensik

X_{2it} : Pengalaman auditor

X_{3it} : Tekanan waktu audit

e_{it} : Error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor BPKP Pusat. Auditor yang berpartisipasi meliputi auditor pelaksana, auditor pertama, auditor muda, dan auditor madya. Kuesioner yang disebar sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus slovin. Kuesioner yang tidak kembali dikarenakan responden tidak mengisi link bit.ly sebanyak

11 responden dengan tingkat persentase 11%, dan kuesioner yang dapat diolah sebanyak 89 responden dengan tingkat persentase 89%.

Karakteristik Responden

Data responden digunakan untuk mendeskripsikan responden berdasarkan jenis kelamin, kelompok umur, pendidikan, jabatan, pelatihan forensik, dan pengalaman forensik untuk memberikan gambaran yang cukup jelas.

Tabel 1. Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	65	73.0	73.0	73.0
	24	27.0	27.0	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin pria lebih banyak sebesar 65 orang (73%) dibandingkan dengan jenis kelamin wanita sebesar 24 orang (27%).

Tabel 2. Kelompok Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-29 tahun	10	11.2	11.2	11.2
30-39 tahun	38	42.7	42.7	53.9
40-49 tahun	13	14.6	14.6	68.5
>49 tahun	28	31.5	31.5	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa kelompok usia dengan jumlah reponden paling banyak adalah kelompok usia 30-39 tahun sebanyak 38 orang (42,7%), sedangkan kelompok usia paling sedikit adalah kelompok usia 20- 29 tahun sebanyak 10 orang (11,2%).

Tabel 3. Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid D3	10	11.2	11.2	11.2
D4	2	2.2	2.2	13.5
S1	57	64.0	64.0	77.5
S2	20	22.5	22.5	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Pada Tabel 3 diketahui bahwa pendidikan terakhir paling banyak adalah

pendidikan terakhir S1 sebanyak 57 orang (64%), sedangkan pendidikan terakhir paling sedikit adalah D4 sebanyak 2 orang (2,2%).

Tabel 4. Posisi Jabatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Auditor Pelaksana	13	14.6	14.6	14.6
Auditor Pertama	19	21.3	21.3	36.0
Auditor Muda	30	33.7	33.7	69.7
Auditor Madya	27	30.3	30.3	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan Tabel 4 posisi jabatan auditor muda yang paling banyak yaitu sebesar 30 orang (33,7%), sedangkan posisi jabatan auditor pelaksana paling sedikit sebanyak 13 orang (14,6%).

Tabel 5. Pelatihan Forensik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	53	59.6	59.6	59.6
Tidak	36	40.4	40.4	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Pada Tabel 5 responden yang memilih ya atau pernah mengikuti pelatihan forensik lebih banyak yakni sebanyak 53 orang (59,6%) dibandingkan dengan responden yang memilih tidak atau belum pernah mengikuti pelatihan forensik sebanyak 36 orang (40,4%).

Tabel 6. Pengalaman Forensik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	63	70.8	70.8	70.8
Tidak	26	29.2	29.2	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Pada Tabel 6 diketahui bahwa responden yang memiliki pengalaman forensik lebih banyak sebanyak 63 orang (70,8%) dibandingkan dengan responden yang tidak memiliki pengalaman forensik sebanyak 26 orang (29,2%).

Uji Kualitas Data

Kualitas data dari instrumen kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Butir pernyataan yang valid dan reliabel dibutuhkan untuk memperoleh hasil

penelitian yang terpercaya. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Reliabel berkenaan derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2018). Pengujian validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program komputer SPSS versi 26.

Untuk mengukur validitas variabel dalam kuesioner peneliti menggunakan koefisien korelasi *Product Moment Carl Pearson* (Sibarani, 2021). Di mana, kuesioner yang diuji akan dinyatakan valid dan signifikan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai prob. signifikansi $> \alpha = 5\%$ (0,05). Dengan $df = 89 - 2 = 87$ dan $\alpha = 0,05/2 = 0,025$ (uji dua arah) dapat diketahui nilai r_{tabel} sebesar 0,208.

Tabel 7. Uji Validitas

Variabel	Rentang r hitung	r tabel	Keterangan
Kemampuan Auditor Forensik	0,611-0,839	0,208	Valid
Pengalaman Auditor	0,574-0,818	0,208	Valid
Tekanan Waktu Audit	0,281-0,746	0,208	Valid
Kualitas Audit	0,588-0,808	0,208	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Pada Tabel 7, uji validitas menunjukkan rentang $r_{hitung} = 0,281 - 0,839$, lebih besar dari r tabel (0,208) sehingga keempat variabel yaitu kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, tekanan waktu audit dan kualitas audit menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataannya valid.

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah jawaban dari responden terhadap pertanyaan kuisisioner adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 suatu variabel dianggap dapat diandalkan atau reliabel (Ghozali, 2016).

Tabel 8. Reliability Statistics

No.	Variabel	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Keterangan
1	Kemampuan Auditor Forensik (X1)	0,778	Reliabel
2	Pengalaman Auditor (X2)	0,743	Reliabel
3	Tekanan Waktu Audit (X3)	0,884	Reliabel
4	Kualitas Audit (Y)	0,753	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 8 dapat dilihat nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa temuan uji reliabilitas masing-masing variabel dianggap reliabel.

Uji Normalitas

Uji *kolmogorov-smirnov* dan *plot-P normal* digunakan untuk menguji normalitas. Jika nilai signifikansi *kolmogorov-smirnov* lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

Tabel 9. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Kemampuan Auditor Forensik	Pengalaman Auditor	Tekanan Waktu Audit	Kualitas Audit
N		89	89	89	89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	46.9438	41.5169	28.5281	42.3146
	Std. Deviation	5.84722	5.40436	3.78721	5.18870
	Most Extreme Differences	Absolute	.093	.130	.085
	Positive	.084	.122	.068	.086
	Negative	-.093	-.130	-.085	-.082
Test Statistic		.093	.130	.085	.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c	.089 ^c	.145 ^c	.106 ^c

a. Test distribution is Normal.

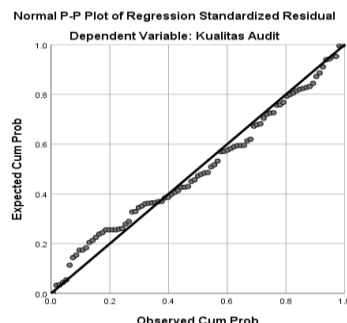
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil olah data SPSS pada Tabel 9, nilai asymp. Sig (2-tailed) *kolmogorov-smirnov* variabel kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, tekanan waktu, dan kualitas audit menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari masing-masing variabel tersebut > 0,05. Maka disimpulkan data semua variabel terdistribusi normal dan bisa digunakan dalam penelitian. Uji Normalitas dapat juga dilakukan dengan uji P-Plot, dimana data dianggap terdistribusi normal jika titik-titik

tersebar dan terletak sepanjang garis diagonal (Ghozali, 2016).



Gambar 2. Normal Probability Plot

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan grafik P-Plot pada Gambar 2 hasil uji normalitas dianggap berdistribusi normal karena titik-titik pada grafik P-Plot tersebar dan mengikuti garis lurus.

Uji Multikolonieritas

Variance Inflation Factor (VIF) dan *tolerance* untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolonieritas dalam suatu model regresi (Ghozali, 2016:103-105). Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10,0, maka diduga tidak ada multikolonieritas antar variabel independen (bebas).

Tabel 10. Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kemampuan Auditor Forensik	.530	1.886
Pengalaman Auditor	.458	2.184
Tekanan Waktu Audit	.763	1.311

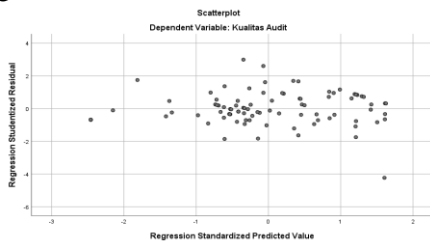
a. Dependent Variable: Kualitas Audit

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil olah data SPSS pada Tabel 10 uji multikolonieritas masing-masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10,00. Jadi, tidak ada variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yang menunjukkan multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik Scatterplot. Menurut Dewi (2014) dalam Nurhayati (2018) heteroskedastisitas tidak terjadi jika pada grafik Scatterplot tidak ada pola titik yang teratur.



Gambar 3. Grafik Scatterplot

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan Gambar 3, grafik Scatter plot terdistribusi secara arbitrer; titik-titik tersebar merata di atas dan di bawah nol (0) dan tidak membentuk pola tertentu sehingga data dalam model regresi ini tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R)

Koefisien korelasi berganda (R) untuk mengukur kekuatan hubungan (positif dan negatif) antara dua variabel atau lebih.

Tabel 11. Koefisien Korelasi(R) dan Determinasi Berganda (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.646	.634	3.14030

a. Predictors: (Constant), Tekanan Waktu Audit, Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor

b. Dependent Variable: Kualitas Audit

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Sesuai Tabel 11 koefisien korelasi berganda memiliki nilai 0,804. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel independen (kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, dan tekanan waktu audit) dan variabel dependen (kualitas audit) sangat kuat dan positif.

Analisis Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R²)

Merujuk Tabel 11 di atas, nilai adjusted R Square terkoreksi sebagai

koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,634. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 63,4%, sedangkan sisanya 36,6% dijelaskan oleh variabel di luar ruang lingkup penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen-X (kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, dan tekanan waktu audit) secara simultan terhadap variabel dependen Y (kualitas audit).

Tabel 12. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	6.519	3.227			2.020	.046
Kemampuan Auditor Forensik	.380	.079	.428		4.828	.000
Pengalaman Auditor	.427	.092	.445		4.665	.000
Tekanan Waktu Audit	.009	.101	.006		.085	.932

a. Dependent Variable: Kualitas Audit

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil olah data SPSS pada tabel 12 dengan melihat hasil perhitungan nilai koefisien beta (*Unstandardized Coefficients* B) persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = 6,519 + 0,380X_1 + 0,427X_2 + 0,009X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta adalah 6,519. jika variabel kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, dan tekanan waktu audit dianggap konstan atau nol maka tingkat kualitas audit sebesar 6,519.
- 2) Variabel kemampuan auditori forensik (X_1) memiliki koefisien regresi (B_1) positif sebesar 0,380. Jadi, untuk setiap perubahan satu nilai pada variabel kemampuan auditor forensik (X_1), dengan asumsi bahwa semua variabel lainnya tetap konstan, maka variabel yang mewakili kualitas audit akan bervariasi sebesar 0,380 dalam arah yang sama.

- 3) Variabel pengalaman auditor (X_2) memiliki koefisien regresi (B_2) positif sebesar 0,427. Jadi, untuk setiap perubahan satu nilai pada variabel pengalaman auditor (X_2), dengan asumsi semua variabel lainnya tetap konstan, maka variabel kualitas audit akan bervariasi sebesar 0,427 dalam arah yang sama.
- 4) Variabel tekanan waktu (X_3) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,009 yang bernilai positif. Jadi, untuk setiap perubahan satu nilai variabel tekanan waktu (X_3), dengan asumsi bahwa semua faktor lain tetap konstan, maka variabel kualitas audit akan bervariasi sebesar 0,009 dalam arah yang sama.

Uji t (Hipotesis Parameter Individu)

Pada uji t, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau memiliki pengaruh signifikan jika nilai signifikansi $< 0,05$. Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan $t_{(\alpha/2)(n-k-1)}$ pada nilai alpha (α) sebesar 0,05, nilai n (jumlah responden) sebesar 89 orang, nilai k (jumlah variabel) sebesar 4. Maka dapat diketahui nilai t_{tabel} dengan pengujian dua arah sebagai berikut:

$$t_{tabel} = (0,05/2 ; 89-4-1)$$

$$t_{tabel} = (0,025 ; 84)$$

$$t_{tabel} = 1,992$$

Tabel 13. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	6.519	3.227		2.020	.046
Kemampuan Auditor Forensik	.380	.079	.428	4.828	.000
Pengalaman Auditor	.427	.092	.445	4.665	.000
Tekanan Waktu Audit	.009	.101	.006	.085	.932

a. Dependent Variable: Kualitas Audit
Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 13 di atas, uji-t masing-masing variabel dapat digambarkan sebagai berikut:

Variabel kemampuan auditor forensik memiliki nilai t-hitung sebesar 4,828 lebih besar dari t-tabel = 1,992 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka tolak H_0 dan terima H_a , artinya ada pengaruh signifikansi kemampuan auditor forensik (X_1) terhadap variabel kualitas audit (Y). Penelitian ini sesuai dengan penelitian Angelina (2017), Armawan et al. (2020), Lestari (2021), dan Primadi (2018) yang menemukan bahwa kemampuan auditor forensik memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas audit.

Variabel pengalaman auditor memiliki nilai t-hitung sebesar 4,665 lebih besar dari t-tabel = 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka tolak H_0 dan terima H_a , artinya ada pengaruh signifikansi pengalaman auditor (X_2) terhadap variabel kualitas audit (Y). Penelitian ini sesuai dengan penelitian Angelina (2017), Armawan et al. (2020), Chairani (2019), Safira (2021), dan Sutrisni et al. (2017) bahwa pengalaman auditor memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas audit. Sedangkan penelitian menurut Fatimah (2020) tidak memiliki pengaruh terhadap kualitas audit.

Variabel tekanan waktu audit memiliki nilai t-hitung sebesar 0,085 lebih kecil dari t-tabel = 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,932 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Maka terima H_0 dan tolak H_a , artinya tidak ada pengaruh signifikansi tekanan waktu audit (X_3) terhadap variabel kualitas audit (Y). Penelitian ini sesuai dengan penelitian Santoso (2019), Sibarani (2021) dan Pikirang et al. (2017) yang menemukan bahwa tekanan waktu audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas audit. Sedangkan menurut penelitian Al-Qatamin (2020) tekanan waktu audit berpengaruh terhadap kualitas audit.

Uji F (Uji Parameter secara Bersamaan)

Hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima jika nilai

$F_{hitung} > F_{tabel}$ (Ghozali, 2016). Untuk mencari nilai F_{tabel} dapat menggunakan rumus $df1 (n1) = k$ dan $df2 (n2) = n - k - 1$, dimana k adalah jumlah variabel independen dan n adalah jumlah responden, maka nilai F_{tabel} sebesar 2,71 dengan $df1 = k = 3$, dan $df2 = n - k - 1 = 89 - 3 - 1 = 85$ pada $\alpha = 0,05$.

Tabel 14. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1530.963	3	510.321	51.749	.000 ^b
Residual	838.228	85	9.862		
Total	2369.191	88			

a. Dependent Variable: Kualitas Audit

b. Predictors: (Constant), Tekanan Waktu Audit, Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2022.

Dari tabel 14 dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 51,749 lebih besar dari $F_{tabel} = 2,71$ dan taraf signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tolak hipotesis nol dan terima hipotesis alternatif. Dengan demikian, variabel independen (kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, dan tekanan waktu audit) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kualitas audit).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor BPKP Pusat dan hasil analisis data menggunakan SPSS versi 26 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kemampuan auditor forensik terhadap kualitas audit sebesar 0,380 di mana pada uji hipotesis t, hipotesis nol (H_0) ditolak dan terima hipotesis alternatif (H_a).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengalaman auditor terhadap kualitas audit sebesar 0,427 di mana pada uji hipotesis t, hipotesis nol (H_0) ditolak dan terima hipotesis alternatif (H_a).
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan tekanan waktu audit terhadap kualitas audit sebesar 0,009 di mana pada uji hipotesis t, hipotesis nol (H_0) diterima.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kemampuan auditor forensik, pengalaman auditor, dan tekanan waktu audit secara simultan terhadap kualitas audit di mana pada uji hipotesis F hipotesis nol (H_0) ditolak dan terima hipotesis alternatif (H_a).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, T., & Siregar, D. L. (2020). Pengaruh fee audit, audit tenure dan rotasi audit terhadap kualitas audit di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 8(1), 637–646.
- AL-Qatamin, K. I. (2020). The impact of time pressure on the audit quality: a case study in Jordan. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 22(1), 8–16. doi: 10.32400/gc.12.2.18034.2017
- Angelina, S. (2017). Pengaruh kompetensi, independensi, etika, pengalaman auditor, dan tekanan waktu terhadap kualitas audit. *Jurnal Bina Akuntansi*, 4(2).
- Armawan, I. P. S., & Wiratmaja, I. D. N. (2020). The effects of experience, competence, independence and audit fees on audit quality. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5).BPKP. (2017). Bidang Investigasi. Diakses dari <https://www.bpkp.go.id/gorontalo/konten/1789/investigasi.bpkp>
- Chairani, R. F. U. (2019). Pengaruh etika auditor, pengalaman auditor, fee audit dan motivasi auditor terhadap kualitas audit pada KAP di Medan. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Dewi, P. S. C., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2017). Pengaruh tekanan waktu terhadap kinerja auditor: whistleblowing intention sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(2), 1088–1115.
- Fatimah, S. (2020). Pengaruh time budget pressure, pengalaman, independensi dan etika auditor terhadap kualitas audit. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Furiady, O., & Kurnia, R. (2015). The effect of work experiences, competency, motivation,

- accountability and objectivity towards audit quality. *Procedia*, 211, 328–335.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lestari, D., Sya'ban, M., & Nuraini, F. (2021). Pengaruh kompetensi, etika, independensi, tekanan anggaran waktu dan fee audit terhadap kualitas audit. *Jurnal Akuntansi*, 1(2).
- Mulyati. (2015). Pengaruh kemampuan auditor investigasi dan pengalaman auditor terhadap efektivitas pelaksanaan prosedur audit dalam pembuktian kecurangan. Skripsi, Universitas Islam Bandung.
- Mustikayani, N. L. P. D., & Dwirandra, A. A. N. B. (2016). Budaya tri hita karena sebagai pemoderasi kompleksitas tugas dan tekanan waktu terhadap kinerja auditor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(2).
- Nurhayati. (2018). Pengaruh kemampuan auditor investigatif terhadap efektivitas pelaksanaan prosedur audit dalam pembuktian kecurangan pada Kantor Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP) perwakilan provinsi Sulawesi. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Pikirang, J., Sabijono, H., & Wokas, H. R. N. (2017). Pengaruh tekanan waktu, independensi dan etika auditor terhadap kualitas audit di Kantor Inspektorat Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 717–732.
- Prabhawanti, P. P., & Widhiyani, N. L. S. (2018). Pengaruh besaran fee audit dan independensi terhadap kualitas audit dan etika profesi auditor sebagai moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 24.
- Pradnyawati, N. P. (2019). Pengaruh kemampuan auditor investigatif dan pengalaman auditor investigatif terhadap efektivitas pelaksanaan prosedur audit dalam pembuktian kecurangan. Skripsi, Universitas Hindu Indonesia.
- Primadi, R. (2018). Pengaruh tekanan klien, audit tenure, fee audit dan kompetensi auditor terhadap kualitas audit dengan etika auditor sebagai variabel moderasi pada Kantor Akuntan Publik (KAP) di Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Rizal, N., & Liyundira, F. S. (2016). Pengaruh tekanan waktu dan independensi terhadap kualitas audit. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 6(1), 45-52.
- Safira, S. (2021). The effect of auditor experience, auditor work stres, and time budget pressure towards audit quality. Thesis, Universitas Islam Indonesia.
- Santoso, Y. N. P. (2019). Pengaruh audit tenure, audit fee, tekanan waktu, tekanan klien dan kompleksitas tugas terhadap kualitas audit pada KAP Semarang. Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Segah, B. (2018). Pengaruh pengalaman kerja, independensi, objektivitas, dan motivasi terhadap kualitas hasil pemeriksaan auditor inspektorat provinsi Kalimantan Tengah. *Anterior Jurnal*, 17(2), 86–99.
- Shintya, A., Nuryatno, M., & Oktaviani, A. A. (2016). Pengaruh Kompetensi, independensi, dan Tekanan Anggaran Waktu Terhadap Kualitas Audit. *Seminar Nasional Cendekiawan 2016*.
- Sibarani, R. B. T. (2021). Analisis fee audit dan tekanan waktu terhadap kualitas audit pada Kantor Akuntan Publik di kota Batam. Skripsi, Universitas Putera Batam.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Badung: Alfabeta.
- Sutrisni, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2017). Pengaruh fee audit, pengalaman auditor dan due professional care pada kualitas audit. *Jurnal Akuntansi*, 21(3).
- Tuanakotta, T. M. (2017). *Akuntansi forensik dan audit investigatif*. Jakarta: Salemba Empat.



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus A : Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat 10340, Indonesia

Telp : (021) 3904858, 31936540 Fax : (021) 3150604

Jakarta, 8 September 2022

Nomor : 854/D/FEB UPI YAI/IX/2022
Lampiran : -
Hal : Surat Tugas Penulisan Jurnal

Kepada Yth :

- Dr. Endang Maskan Sasmita, MM
- Bida Sari, SP, M.Si

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Di –

Tempat

Bersama ini kami menugaskan sebagai Tim Penulis di Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 1 dengan Judul *“Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen Produk Celana Jeans Levi’s di Factory Outlet Mall Of Indonesia”*, dan berperan sebagai :

- Penulis ke -2 a.n Dr. Endang Maskan Sasmita, MM
- Penulis ke-3 a.n Bida Sari, SP, M.Si

Diharapkan dapat memberikan laporannya pada kami paling lambat 1(satu) Minggu setelah jurnal tersebut diterbitkan.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

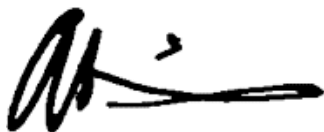
Hormat kami,


Dr. Marhali g. SE, MM


LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

1. Judul Jurnal : **Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen Produk Celana Jeans Levi's di Factory Outlet Mall Of Indonesia**
2. Nama Jurnal : IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 1
Maret 2023
3. Identitas Penulis
 - a. Nama Penulis Pertama : Farah Savira (Mahasiswa FEB)
 - b. Nama Penulis Kedua : Endang M. Sasmita (Dosen FEB)
 - c. Nama Penulis Ketiga : Bida Sari (Dosen FEB)
4. Bidang Kajian : Ekonomi
5. Kelayakan Publikasi : Layak / ~~Tidak Layak~~

Mengetahui,
Lembaga Penelitian dan Pengabdian
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YAI
Ketua



(Dr. Abdulah Muksin, SPd, MM)

Jakarta, 8 September 2022

Tim Penulis



(Bida Sari, S.P., M.Si)

Vol 6 No 1 Maret 2023

ISSN 2654 - 4946

E-ISSN 2654 - 7538

IKRA-ITH EKONOMIKA



UPI YAI

EKONOMIKA

Universitas Persada Indonesia YAI



Search

[Home](#) / [Editorial Team](#)

Reviewer

Prof.Dr.Adji Suratman, Ak,MM (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=xbvESr4AAAAJ>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6038310&view=overview>)

Dr.Abby Syarif, SE.MM

Dr.Eva Heriati SE,M Ak

Dr.Ahmad Subagyo.SE,MM,C.R.B.D

Chief in Editor

Dr.Ir.W.Hary Susilo,MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=6CCV6X8AAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6689218&view=overview>) (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56539508300&hl=en>)

Editor

Dr.Abdullah Muksin, S.Pd,MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=82qDQSkAAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6092000&view=overview>)

Dr.Nuzulul Hidayati SE,MM,Ak.CA (<https://scholar.google.co.id/citations?user=0x3wR1YAAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6039402&view=overview>)

Dr.Farida SE,MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=eYhkftoAAAAJ&hl=en>) (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56904182300&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=5974738&view=overview>)

Dr.Marhalinda SE.MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=m6dTnesAAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6699727&view=overview>)

Dr.Ir.Yuli Zain,MM (<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=uWtsCQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA110&dq=Membangun+Budaya+Organisasi+Pada+Instansi+Pemerintahan&ots=jZLZ52h3Xd&sig=gZxOXY7YcIwV>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6144047&view=overview>)

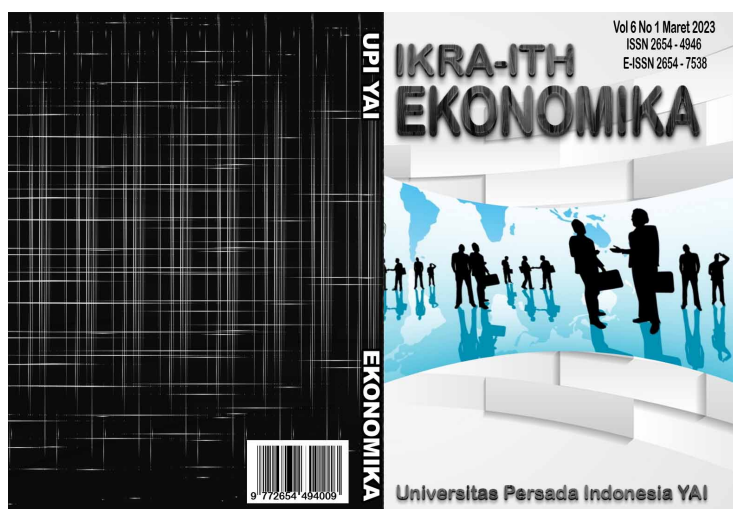




Current Archives About

Search

Home / Archives / Vol 6 No 1 (2023): IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 1 Maret 2023



DOI: <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1>

Published: 2022-11-07

Articles

Pengaruh Motivasi Kerja dan Organizational Citizenship Behavior Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Timur Raya Lestari

Joel Sutardy, Maya Syafriana Effendi
1-9

PDF

Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Rasio Pada Pt. Erajaya Swasembada Tbk Periode 2019-2021

Ilham Kudratul Alam, Sarpan Sarpan
10-21

PDF

Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Star Korea Industri MM2100 Cikarang

Yos Soejarminto, Rahmat Hidayat

22-32



Analisis Faktor yang Memengaruhi Kinerja Perusahaan

Maryati Rahayu, Nastiti Edi Utami

33-43



Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di PT Penjalindo Nusantara (Metaflex)

Aji Eko Marwanto, Wachid Hasyim

44-51



Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen

Muhamad Syahwildan, Budi Supriatono Purnomo, Imas Purnamasari

52-64



Faktor Yang Berpengaruh Penentuan Penyaluran Kredit Perbankan Pada Bank umum Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid 19

Muhamad Syahwildan, Parulian Parulian

65-75



Pengaruh Kemampuan Auditor Forensik, Pengalaman Auditor, dan Tekanan Waktu Audit Terhadap Kualitas Audit

Angelliani Angelliani, Bida Sari

76-86



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pelaku UKM di Wilayah Sumur Batu Kecamatan Kemayoran

Nur Wahyuni Nur Wahyuni, Farah Diba Farah Diba, Anindhyta Budiarti Anindhyta Budiarti, Farida Farida

87-97



Pengaruh Net Working Capital Dan Growth Opportunity Terhadap Cash Holding

Tri Damayanti Tri Damayanti, Muhamad Muhamad Syahwildan

98-107

 PDF

Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen Produk Celana Jeans Levi's di Factory Outlet Mall Of Indonesia

Farah Savira, Endang M. Sasmita, Bida Sari

108-117

 PDF

Sales Growth, Receivable Turnover dan Size terhadap Rentabilitas Ekonomi

Anzely Athalia, Maryati Rahayu, Nursina Nursina

118-126

 PDF

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM Desa Bojong Kulur

Afhi Fadhlika Moelrine, Rinaldi Syarif

127-137

 PDF

Pengaruh Citra Lembaga, Biaya Pendidikan terhadap Pengambilan Keputusan masuk STIE Swasta Program Studi Manajemen S1 Akreditasi B di Jakarta

Rufial Rufial

138-147

 PDF

Analisis Determinan Minat Berwirausaha Mahasiswa UPNVJ

Alfida Aziz, Sri Sulaminingsih, Ibnu Malkan Bakhrul Ilmi

148-158

 PDF

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Situs Belanja Online Lazada

Ruwaida Ruwaida, Nabilah Aqilah

159-169

 PDF

ANALISA FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN

Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen Produk Celana Jeans Levi's di Factory Outlet Mall Of Indonesia

Farah Savira¹ Endang M. Sasmita², Bida Sari³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI
Jalan Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat 10340

Email : Millerfarahs@gmail.com¹, endang.msasmita59@gmail.com²,
saribida73@gmail.com³

ABSTRAK

Trend fashion di Indonesia dapat dikatakan terus berkembang dari masa ke masa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk celana jeans Levi's di Factory Outlet Mall Of Indonesia baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif kausal dengan analisis deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel 95 responden konsumen celana jeans Levi's Factory Outlet Mall Of Indonesia dengan teknik *accidented sampling*. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25.0 untuk menguji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi berganda, uji t dan uji F. Hasil pengujian dan analisis data baik secara parsial (Uji t) maupun simultan (Uji F-ANOVA) menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk celana jeans Levi's di Factory Outlet Mall Of Indonesia dimana kontribusi variabel citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 64.2% dan sisanya sebesar 35.8% adalah kontribusi dari faktor lain di luar model.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Fashion trends in Indonesia can be said to continue to grow from time to time. This study aims to analyze the effect of brand image, product quality, and price on consumer satisfaction on Levi's jeans products at the Factory Outlet Mall Of Indonesia, either partially or simultaneously. The research method used is causal associative with quantitative descriptive analysis. The number of samples is 95 consumer respondents of Levi's Factory Outlet Mall Of Indonesia jeans with accidented sampling technique. Primary data collection using a questionnaire with a Likert scale. Data processing using SPSS version 25.0 program to test data quality, classical assumption test, correlation coefficient analysis, coefficient of determination, multiple regression, t test and F test. The results of testing and data analysis both partially (t test) and simultaneously (F-ANOVA test) show that brand image, product quality, and price have a positive and significant effect on consumer satisfaction on Levi's jeans products at the Factory Outlet Mall Of Indonesia where the contribution variable brand image, product quality, and price to customer satisfaction by 64.2% and the remaining 35.8% is the contribution of other factors outside the model.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Industri fashion tumbuh dengan sangat pesat di seluruh dunia termasuk Indonesia. Trend fashion di Indonesia, dapat dikatakan terus menunjukkan adanya perkembangan dari masa ke masa. Hal ini ditandai dengan banyak brand-brand fashion lokal yang terus bermunculan dengan ciri khas inovasi produk dan target pasar yang berbeda-beda. Fenomena Citayam *Fashion Week* turut meramaikan industri ini.

Pada masa pandemi Covid 19, bisnis fashion terutama penjualan pakaian tetap berkembang. Ini terbukti dengan semakin banyaknya mall, toko, outlet, distro, butik, dan bahkan online shop yang menjual berbagai jenis pakaian. Berdasarkan data yang di peroleh dari Kementerian Kesehatan pada 9 Februari 2022, data pengunjung di mall-mall besar di ibu kota Jakarta selama masa pandemi yang tercatat di PeduliLindungi berkisar antara 200 ribu sampai 500 ribu orang pada periode 23 Januari – 6 Februari 2022.

Di tengah menggeliatnya industri fashion saat ini, beberapa fashion dengan merek (brand) luar negeri masuk ke Indonesia melalui distributor dan branch store mereka sendiri. Kondisi tersebut tentunya akan memicu persaingan antar brand untuk memperoleh pelanggan.

Salah satu produk fashion yang tidak pernah pudar dimakan zaman bahkan terus berkembang dan diminati oleh khalayak ramai adalah celana jeans, dengan brand Levi's. Brand Levi's adalah produsen pakaian asal Negeri Paman Sam yang sangat berhasil dan sudah berdiri selama ratusan tahun. Levi's termasuk ke dalam salah satu pembuat celana terbesar di dunia, yang terkenal terutama dengan warna biru denim jeans yang disebut Levi's. Produk-produk yang dikeluarkan oleh Levi's antara lain celana panjang, kemeja, topi, jaket, rok, dan ikat pinggang.

Semakin berkembangnya industri fashion, semakin kuat pula persaingan yang terjadi dan tidak dapat dipungkiri

meskipun Levi's sudah sangat lama berdiri, masih ada celah untuk brand-brand lain yang baru bermunculan untuk menarik pasar dan pelanggan Levi's. Oleh karena itu, Levi's dituntut untuk dapat menjaga konsumennya agar tetap loyal dan tidak berpindah ke produk pesaing dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang menjadi kepuasan konsumen pada produknya.

Kepuasan konsumen termasuk hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pengusaha guna mencapai kesuksesan dalam menjalankan suatu usaha. Meningkatnya kepuasan konsumen berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka pendek dan jangka panjang, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu, ketidakpuasan konsumen memunculkan sejumlah resiko, seperti boikot atau protes di lembaga konsumen, komplain pelanggan, intervensi pemerintah, reaksi pesaing dan masuknya produk substitusi baru ke pasar.

Menurut Kotler & Keller (2012), "kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibanding dengan harapannya". Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan suatu barang atau jasa, antara lain perusahaan dituntut untuk sangat memperhatikan harga yang diputuskan agar dapat bersaing di pasar dengan cara memberikan produk berkualitas disertai dengan citra merek yang positif.

Brand Levi's cukup banyak diminati, terbukti Levi's menjadi Top Brand nomor 1 pada Index Top Brand di Indonesia kategori celana jeans pada 3 tahun terakhir. Namun demikian penjualan Levi's sempat menurun sebesar 62% selama kuartil II-2020 (<https://www.topbrand-award.com>). Tiga di antara cara-cara yang dapat dilakukan pihak Levi's agar tetap bertahan di posisi teratas pada Top Brand Index dan terus semakin berkembang adalah dengan terus meningkatkan citra mereknya dibenak konsumen dengan cara memberikan

produk berkualitas dengan harga yang bersaing. Citra merek yang baik akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Konsumen juga tidak mengabaikan kualitas produk meskipun harga suatu produk tersebut murah. Kualitas produk merupakan prioritas konsumen sebelum melakukan pembelian (Ratna Gumilang, 2019).

Di sisi produsen kualitas produk merupakan salah satu alat yang digunakan untuk menentukan positioning produknya di pasar. Kualitas produk yang memenuhi keinginan konsumen merupakan salah satu keunggulan produsen untuk mempertahankan citra merek produk dalam persaingan, terutama dengan perusahaan lain yang sejenis. Kondisi konsumen atau pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan (Fauzyah et al., 2021). Produsen atau pemegang lisensi brand Levi's dituntut untuk selalu memperhatikan kualitas produk dengan bahan yang berkualitas, jahitannya yang rapi dan model yang mengikuti trend. Jaminan kualitas yang baik akan memperkuat citra merek begitu pula sebaliknya, merek akan menunjukkan kualitas produk.

Penetapan harga oleh perusahaan juga harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat serta perkembangan permintaan yang terbatas. Besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Perusahaan perlu mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya (Fauzyah et al., 2021).

Harga yang kompetitif dan terjangkau, produk berkualitas baik disertai meningkatnya citra merek akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen atas suatu produk pada brand Levi's. Berdasarkan uraian di atas, maka

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul "Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen Pada Produk Celana Jeans Levi's di Factory Outlet Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara".

2. LANDASAN TEORI

Pemasaran

M. Nur Rianto al-arif (2010) mendefinisikan pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran terpendek adalah "memenuhi kebutuhan secara menguntungkan"

Dari pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah salah satu fungsi dari suatu organisasi yang didalamnya mencakup beberapa proses mulai dari penciptaan sebuah produk atau jasa lalu memperkenalkannya dengan cara sedemikian rupa, dengan tujuan menarik pelanggan yang akan menguntungkan produsen.

Citra Merek

Merek adalah pembeda antara satu produk dengan produk lain. Kotler (1997) dalam Abdillah (2015) berpendapat merek adalah penanda dari suatu produk, barang atau jasa yang digunakan oleh seseorang untuk menandakan produk yang dijual.

Fandy (2015) menjelaskan citra merek adalah deskripsi tentang asosiasi keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek merupakan perasaan positif dan negatif tentang merek ketika masuk ke pikiran konsumen secara tiba-tiba atau ketika mereka mengingat suatu produk. Menurut (Kotler & Keller, 2012) "citra merek" (brand image) merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra merek dapat dilihat dari simbol atau logo yang digunakan oleh perusahaan untuk mewakili produknya. Simbol dan logo

ini bukan hanya sebagai pembeda dari para pesaing sejenis namun dapat merefleksikan mutu dan visi misi perusahaan tersebut.

Suatu produk memiliki citra merek yang baik bisa dilihat dari faktor pembentuk citra. Tantri & Abdullah (2020) menyatakan bahwa dimensi citra merek terdiri dari 3 (tiga) komponen yaitu 1) Citra pembuat; 2) Citra pemakai dan 3) Citra produk. Sedangkan Lutiary (2007) menyatakan indikator citra merek terdiri dari 3 (tiga) komponen yaitu 1) Atribut produk; 2) Keuntungan konsumen dan 3) Kepribadian merek.

Citra merek (brand image) yang dibangun dapat menjadi identitas dan cerminan dari visi, kesungguhan, standart kualitas, pelayanan dan komitmen dari produsen atau pelaku usaha.

Kualitas Produk

Produk adalah seperangkat atribut yang didalamnya termasuk segala identitas produk yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk diperhatikan dan kemudian dimiliki, digunakan atau dikonsumsi guna memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Djunaidi, SJD, 2020). Sedangkan kualitas produk menurut Kotler & Keller (2012) adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Kotler & Keller (2012) menjelaskan bahwa terdapat 9 dimensi kualitas produk yakni 1) Bentuk (*Form*); 2) Ciri Produk (*Features*); 3) Kualitas Kinerja (*Performance Quality*); 4) Ketepatan (*Conformance Quality*); 5) Ketahanan (*Durability*); 6) Keandalan (*Reliability*); 7) Kemudahan Perbaikan (*Repairability*); 8) Gaya (*Style*) dan 9) Desain

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk, dinyatakan dengan uang.

Menurut (Oktavia et al., 2018), harga adalah salah satu indikator yang dipakai sebagai pertimbangan dalam memilih suatu produk oleh pelanggan dimana harga mampu merebut hati para pelanggan dan calon pelanggan dalam mengambil suatu keputusan. Harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang pelanggan serahkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Hastuti, IND et al., 2022). Dengan demikian, harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Menurut Simamora (2011) dalam Arianto (2020) harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi market share-nya. Bagi perusahaan, harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih demi keberlangsungan perusahaan.

Menurut Kotler & Armstrong, (2012), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu : (1) Keterjangkauan harga. (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. (3) Daya saing harga. (4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

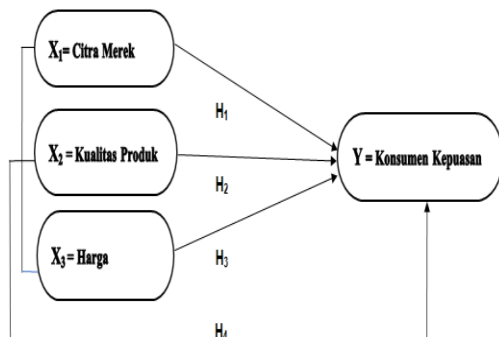
Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi (Daryanto dan Ismanto Setyabudi, 2019). Menurut Fandy (2015), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Ada 4 (empat) metode dalam mengidentifikasi kepuasan konsumen menurut (Kotler & Keller, 2012), yaitu (1) Sistem keluhan dan saran; (2) *Ghost shopping*; (3) Survei kepuasan pelanggan dan (4) *Lost customer analysis*. Sedangkan menurut (Irawan, 2009), dimensi atau faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah produk,

harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2022)

Hipotesis

H_{a1} : Terdapat pengaruh citra merek (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk celana jeans Levi’s di Factory Outlet Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara.

H_{a2} : Terdapat pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk celana jeans Levi’s di Factory Outlet Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara.

H_{a3} : Terdapat pengaruh harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk celana jeans Levi’s di Factory Outlet Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara.

H_{a4} : Terdapat pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk celana jeans Levi’s di Factory Outlet Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bermaksud untuk mengetahui hubungan sebab akibat dua variabel atau lebih dimana variabel independen menyebabkan atau mempengaruhi variabel dependen (Fadhli, 2016).

Penelitian dilakukan di Factory Outlet Mall Of Indonesia (MOI) Kelapa Gading Jakarta Utara selama 2 (dua) bulan yaitu dari April sampai Mei 2022. Outlet tersebut dipilih menjadi tempat penelitian karena data dan hasil survey kunjungan lapangan konsumen sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat diperoleh.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 2000 pengunjung Levi’s outlet MOI selama masa penelitian dengan jumlah sample sebanyak 95 responden dengan metode Slovin (Sugiyono, 2017). Penentuan sampel menggunakan teknik *non probability*, dilakukan dengan cara *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi yang dapat digunakan sebagai sampel.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, survey, wawancara dan penyebaran kuesioner dalam skala Likert kepada responden (konsumen Levi’s Factory Outlet MOI) yang dilakukan sebanyak 1 kali tanpa adanya uji coba pendahuluan. Data kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang mewakili ke 4 variabel yang diteliti, yaitu citra merek, kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen dengan skala jawaban 1, 2, 3, 4 dan 5 untuk setiap item pertanyaan yang diajukan.

Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25.0 untuk menguji kualitas data (Validitas dan Reliabilitas), uji asumsi klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas), analisis korelasi dan determinasi, dan analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis uji-t (parsial) dan uji-F (simultan) dengan $\alpha = 5\%$ dari variable independen (citra merek, kualitas produk, dan harga) dan variable dependen (kepuasan konsumen).

Model regresi linear berganda mengikuti persamaan berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

\hat{Y} : Kepuasan konsumen

a : Konstanta

b1, b2, b3 : Koefisien variabel independen
 X1 : Citra merek
 X2 : Kualitas produk
 X3 : Harga
 € : Error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Levi's adalah produsen pakaian asal Amerika Serikat yang didirikan oleh Levi Strauss dan berkantor pusat di San Fransisco, California pada tahun 1853. Levi's telah memiliki 470 perusahaan yang beroperasi di seluruh dunia. Levi's termasuk ke dalam perusahaan berskala international dan telah memiliki 3 wilayah divisi geografis yang terletak di North Americas, Europe, dan Asia Pasific.

Levi's MOI adalah salah satu cabang dari perusahaan Levi's yang berada di Mall Of Indonesia, Lt. GF Unit G5, Kelapa Gading Barat yang dinaungi oleh PT. Levi's Indonesia.

Karakteristik Responden

Dari 95 responden yang diteliti, diketahui bahwa yang berusia dibawah 18 tahun berjumlah 11 orang atau (11,6%), sedangkan yang berusia 18 – 30 tahun berjumlah 59 orang atau (62,1%), 31 – 50 tahun berjumlah 19 orang atau (20%) dan yang berusia di atas 50 tahun berjumlah 6 orang atau (6,3%) dengan laki-laki berjumlah 31 atau (32,6%) dan perempuan berjumlah 64 atau (67,4%). Responden yang diketahui masih seorang pelajar/mahasiswa sebanyak 32 orang atau (33,7%), sedangkan karyawan sebanyak 30 orang atau (31,6%), dan wiraswasta sebanyak 11 atau (11,6%) dan lainnya sebanyak 22 atau (22,2%).

Uji Kualitas Data

Uji kualitas data adalah uji yang disyaratkan dalam penelitian dengan instrument kuesioner, tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Uji ini terdiri atas uji validitas dan reliabilitas. Uji Validitas berkaitan dengan keandalan

kuesioner. Uji Reliabilitas terkait dengan tingkat stabilitas kuesioner. Uji validitas dan reliabilitas instrument kuesioner menggunakan SPSS 25 for windows dari keempat variabel yaitu citra merek, kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen

Uji Validitas instrument dari ke empat variabel yaitu citra merek, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen (Tabel 1) menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan valid, karena nilai r hitung koefisien korelasi *Product Moment Carl Pearson* (rentang 0,621 – 0,852) lebih besar dari r tabel (0,202) dengan $df = 95$ dan $\alpha = 5\%$.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Rentang r hitung	r tabel	Keterangan
CitraMerek	0,658 –0,780	0,202	Valid
Kualitas Produk	0,621 –0,852	0,202	Valid
Harga	0,671 –0,774	0,202	Valid
Kepuasan Konsumen	0,658 –0,747	0,202	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25.0

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrument kuesioner. Uji validitas instrument meenggunakan SPSS 25 for windows dari keempat variabel yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen menunjukan bahwa seluruh butir pernyataan valid, karena nilai r hitung, koefisien korelasi *Product Moment Carl Pearson* (rentang $r_{hitung} = 0.263 - 0.767$) lebih besar dari r tabel (0.2542) dengan $df = 56 - 2 = 54$ dan $\alpha = 5\%$.

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah jawaban dari responden terhadap pertanyaan kuisioner adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Citra Merek	0,903	10	Reliabel
Kualitas Produk	0,921	10	Reliabel
Harga	0,897	10	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,897	10	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25,0

Pada Tabel 2 di atas menunjukan keempat data instrumen variabel

penelitian adalah reliabel karena nilai koefisien korelasi r Alpha Cronbach keempat variabel (citra merek, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen) lebih besar dari nilai standard reliabilitas 0,60.

Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah sebaran data kelompok berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji Normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05.

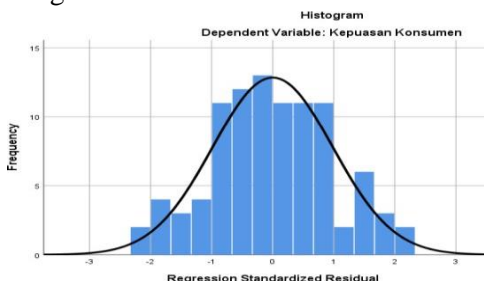
Tabel 3. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas Data					
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Citra Merek	Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Konsumen
N		95	95	95	95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	35.54	35.08	35.03	35.01
	Std. Deviation	6.498	7.378	6.730	6.570
	Most Extreme Differences				
Absolute		.064	.064	.053	.056
	Positive	.064	.049	.053	.056
	Negative	-.063	-.064	-.050	-.051
Test Statistic		.064	.064	.053	.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.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.: Output Data Pengolahan SPSS Versi 25.0

Nilai probabilitas signifikan (Asymp.Sig 2-tailed) keempat variabel pada Tabel 3 diperoleh lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 yang berarti variabel citra merek, kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen seluruhnya terdistribusi normal.

Uji normalitas data dapat pula menggunakan grafik histogram dengan membandingkan antara data observasi dengan distribusi normal.



Gambar 2. Histogram Uji Normalitas
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25,0

Grafik histogram di atas menunjukkan pola distribusi yang tidak menceng ke kiri maupun ke kanan berarti

nilai residualnya menunjukkan pola distribusi normal.

Uji normalitas data dapat pula menggunakan grafik *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal.



Gambar 3. Uji Normalitas Grafik P-Plot
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25,0

Pada Gambar 3, grafik P-P Plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji multikolinearitas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pada suatu model regresi, multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai VIF.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

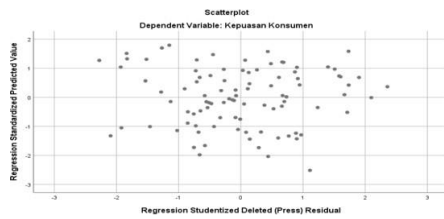
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.492	2.811		.178	.862		
Citra Merek	.334	.071	.331	4.722	.000	.803	1.245
Kualitas Produk	.409	.063	.459	6.450	.000	.777	1.287
Harga	.237	.069	.243	3.427	.001	.784	1.275

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25.0

Nilai *tolerance* dari ketiga variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10, yaitu citra merek- $X_1=1.245$, kualitas produk- $X_2=1.287$, dan harga- $X_3=1.275$, maka diduga bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas (independen).

Uji Heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *Scatter plot*.



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25,0

Pada grafik *Scatter plot* di atas tampak titik-titik tidak membentuk pola tertentu tetapi menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Ini berarti data dalam model regresi linear berganda tidak menunjukkan heteroskedastisitas sehingga model regresi layak untuk memprediksi kepuasan konsumen berdasarkan variabel citra merek, kualitas produk dan harga.

Analisis Koefisien Korelasi

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Nilai koefisien antara citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Tabel 5 adalah 0,801 yang berarti ketiga variabel bebas mempunyai hubungan korelasi yang kuat dan positif. Dengan demikian jika citra merek, kualitas produk, dan harga meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat dan berlaku sebaliknya.

Tabel 5. Koefisien Korelasi dan Determinasi Berganda (R²)

Model	R	Model Summary ^b			Durbin-Watson
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.801 ^a	.642	.630	3.996	1.946

a. Predictors: (Constant), Harga, Citra Merek, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25,0

Analisis Determinasi Berganda (R²)

Pada Tabel 5 di atas, koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (Adjusted R Square) diperoleh sebesar 0,642 atau 64,2%. Artinya 64,2% variasi nilai variabel dependen kepuasan konsumen dijelaskan secara bersama-

sama oleh ketiga variabel independen (citra merek, kualitas produk, dan harga). Sisanya sebesar 38,6% dijelaskan variabel lain diluar variable yang dimasukkan kedalam penelitian ini..

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.492	2.811		.175	.862
	Citra Merek	.334	.071	.331	4.722	.000
	Kualitas Produk	.409	.063	.459	6.450	.000
	Harga	.237	.069	.243	3.427	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25,0

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien beta (*Unstandardized Coefficients B*) pada Tabel 6 di atas dapat disusun persamaan regresi linear berganda berikut :

$$\hat{Y} = 0.492 + 0.334X_1 + 0.409X_2 + 0.237X_3$$

Konstanta (a) sebesar 0,492 menyatakan bahwa jika citra merek, kualitas produk, dan harga dianggap konstan atau nol, maka kepuasan konsumen sebesar 0.492.

Koefisien regresi dari variabel citra merek (X₁) diperoleh nilai B₁ sebesar 0,334 bertanda positif. Hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel citra merek maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0.334 dengan arah yang sama. Bila citra merek semakin baik (sesuai ekspektasi konsumen) maka kepuasan konsumen meningkat.

Koefisien regresi dari variabel kualitas produk (X₂) diperoleh nilai B₂ sebesar 0,409 bertanda positif. Hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kualitas produk maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0.409 dengan arah yang sama. Bila kualitas produk semakin baik (sesuai ekspektasi konsumen) maka kepuasan konsumen meningkat.

Koefisien regresi dari variable harga (X_3) diperoleh nilai B_3 sebesar 0,237 bertanda positif. Hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel harga maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0.237 dengan arah yang sama. Harga yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Apabila harga tidak kompetitif atau tidak terjangkau maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,376.

Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial (uji t) dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel atau probabilitas signifikansi dengan $\alpha = 5\%$. Nilai t-tabel dicari dengan $df = (n-k-1) = (95-3-1) = 91$ dan $\alpha = 0,05/2 = 0,025$ (uji dengan dua sisi) diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,986. Berdasarkan hasil output SPSS 25.0 pada Tabel 6 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dapat dijelaskan analisis uji t secara parsial sebagai berikut :

- 1) H_{a1} diterima dengan hasil t-hitung (4.772) lebih besar dari nilai t-tabel (1.986) dan signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ maka tolak H_0 atau terima H_a . Artinya citra merek berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) H_{a2} diterima dengan hasil t-hitung (6.450) lebih besar dari nilai t-tabel (1.986) dan signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ maka tolak H_0 atau terima H_a . Artinya kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 3) H_{a3} diterima dengan hasil t-hitung (3.427) lebih besar dari nilai t-tabel (1.986) dan signifikansinya sebesar 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka tolak H_0 atau terima H_a . Artinya harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel

bebas mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Uji F (ANOVA Test)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2604.005	3	868.002	54.363	.000 ^b
	Residual	1452.985	91	15.967		
	Total	4056.989	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Harga, Citra Merek, Kualitas Produk

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25,0

Uji ANOVA (F test) pada Tabel 7 di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 54.363 lebih besar dari nilai F-tabel (2.70) dengan $\alpha = 5\% = 0,05$ (tingkat keyakinan 95%), $df = k = 3$, dan $df_2 (n-k-1) = 95-3-1 = 91$. Dari tabel di atas diperoleh pula probabilitas signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Disimpulkan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen pada produk celana jeans Levi's dari Factory Outlet Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara statistik dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel yang dihipotesiskan yaitu citra merek, kualitas produk, dan harga baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Citra merek yang positif, kualitas produk yang baik dengan harga yang bersaing akan lebih meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan produk celana jeans Levi's dari Factory Outlet Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, R. D. Y. S. Y. (2015). Pengaruh Citra Merek terhadap

- Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1).
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. (2019). Konsumen dan Pelayanan Prima, 135. In *Gava Media* (Vol. 1, Issue 174).
- Fadhli, M. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*.
- Fandy, T. (2015). *Strategi pemasaran* (Salemba 4). Penerbit Andi.
- Fauzyah, S. N., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Amel Pondok Gede Kota Bekasi. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2).
- Hastuti. IND., Endang MS, & Bida Sari, (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA* 5(1), Maret 2022. 181-189. ISSN 2654-4946
- Irawan, H. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. In *Frontier*.
- Kotler, P., & Armstrong, D. G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.
- Lutiary, R. Ek. (2007). Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. *فصلنامه پژوهشهای اقتصادی*. 3(September).
- M. Nur Rianto al-arif. (2010). Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 27(2).
- Oktavia, R., Budi, A. P., & Febianti, F. (2018). The Influence Of Brand Awareness And E-Service Quality On Consumer Purchasing Decisions In Booking Hotel Rooms On Traveloka. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 4(2). <https://doi.org/10.22334/jbhost.v4i2.122>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1). <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&DSugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In *Metodologi Penelitian*. In *Metodologi Penelitian*.
- Tantri, F., & Abdullah, T. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Raja Grafindo Persada*.



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus A : Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat 10340, Indonesia

Telp : (021) 3904858, 31936540 Fax : (021) 3150604

Jakarta, 8 September 2023

Nomor : 827/D/FEB UPI Y.A.I/IX/2023
Lampiran : -
Hal : Surat Tugas Penulisan Jurnal

Kepada Yth :

- **Mery Wanialisa, SE, MM**
- **Bida Sari, SP, M.Si**

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Di –

Tempat

Bersama ini kami menugaskan sebagai Tim Penulis di Jurnal IKRAITH EKONOMIKA dengan Judul **“PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL, KETAATAN ATURAN AKUNTANSI, DAN PERILAKU TIDAK ETIS TERHADAP KECENDERUNGAN KECURANGAN AKUNTANSI (FRAUD)”**. Vol.6 No.3 November 2023, dan berperan sebagai :

- **Penulis ke -2 a.n Mery Wanialisa, SE, MM**
- **Penulis ke -3 a.n Bida Sari, SP, M.Si**

Diharapkan dapat memberikan laporannya pada kami paling lambat 1(satu) Minggu setelah jurnal tersebut diterbitkan.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,
Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Dr. Marhalinda, SE, MM

Dekan

Vol 6 No 3 November 2023

ISSN 2654 - 4946

E-ISSN 2654 - 7538

IKRA-ITH EKONOMIKA



UPI YAI

EKONOMIKA

Universitas Persada Indonesia YAI

[Current](#) [Archives](#) [About](#) [Home](#) / [Editorial Team](#)

Editorial Team

Reviewer

Prof.Dr.Adji Suratman, Ak,MM (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=xbvESr4AAAAJ>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6038310>)

Dr.Farida SE,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=eYhkftoAAAAJ&hl=en>)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56904182300&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5974738>)

Dr.Ahmad Subagyo.SE,MM,C.R.B.D (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6040308>)

Dr. Febrianty, SE.,MM (Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56725694000>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5974622>) (<https://scholar.google.co.id/citations?user=Kkqani0AAAAJ&hl=en>)

Chief in Editor

Dr.Ir.W.Hary Susilo,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=6CCV6X8AAAAJ&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6689218>)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56539508300&hl=en>)

Editor

Dr.Abdullah Muksin, S.Pd,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=82qDQSkAAAAJ&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6092000>)

Dr. Febrianty, SE.,MM (Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56725694000>)

<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5974622>

<https://scholar.google.co.id/citations?user=Kkqani0AAAAJ&hl=en>

Dr.Farida SE,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=eYhkftoAAAAJ&hl=en>)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56904182300&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5974738>)

Dr.Marhalinda SE.MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=m6dT NesAAAAJ&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6699727>)

Dr.Ir.Yuli Zain,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?hl=en&user=QdhwcSwAAAAJ>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6144047>)

Maya Dewi Dyah Maharani (Universitas Sahid)

(<https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=vKKe0bgAAAAJ>)

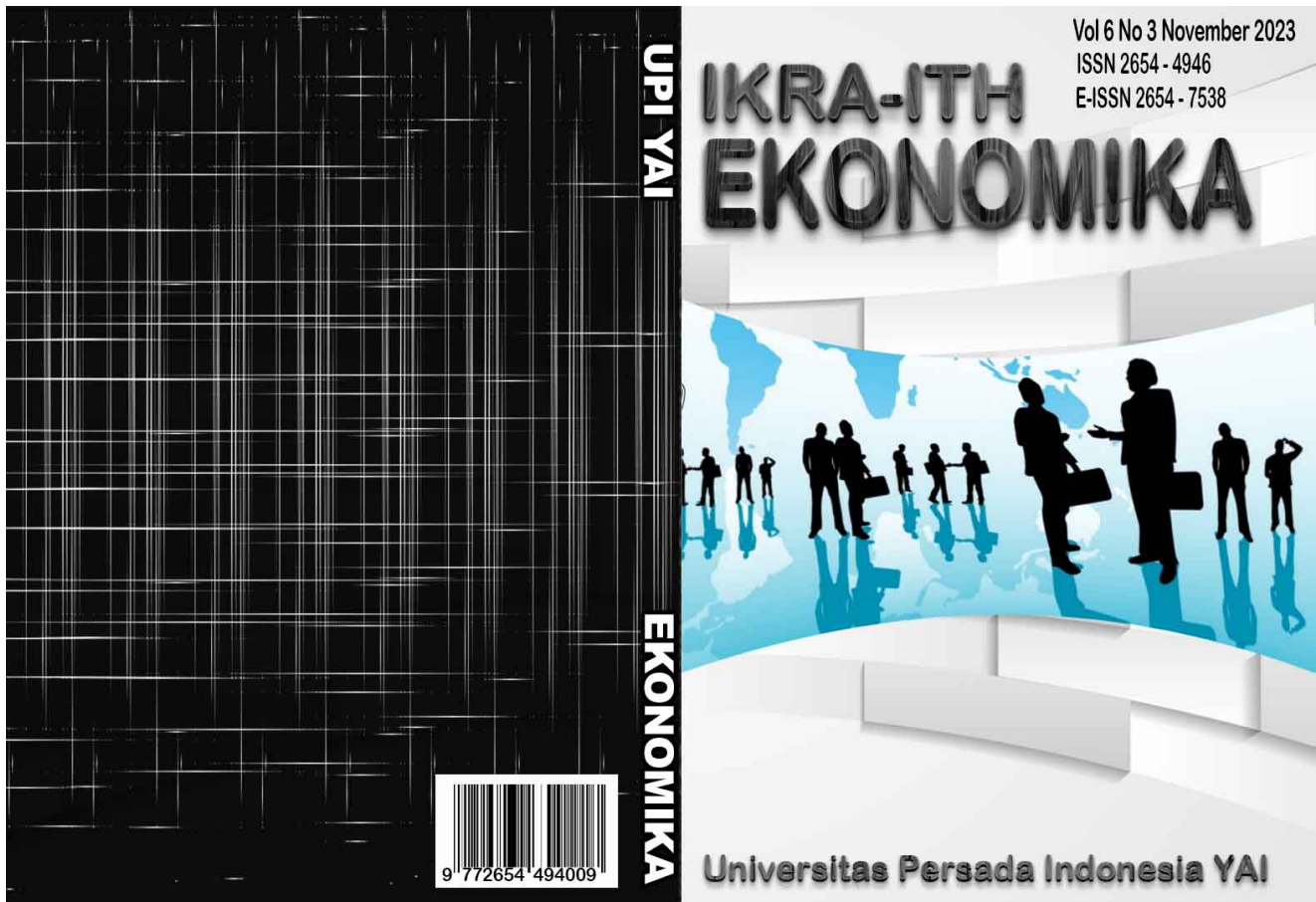
(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6651350>)



[Current](#) [Archives](#) [About](#)

[Home](#) / [Archives](#) / Vol. 6 No. 3 (2023): IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 3 November 2023

Vol. 6 No. 3 (2023): IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 3 November 2023



DOI: <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i3>

Published: 2023-10-26

Articles

Pengaruh Jam Kerja Dan Upah Terhadap Kinerja Pada Proyek Konstruksi Di Pt. Taiyo Sinar Raya Teknik

Irwan R Osman, Monica Octavania

1-5



Analisis Perbandingan Laba Dari Fungsi Perum Bulog Sebagai Public Service Obligation (PSO) Dengan Komersil

Eva Arnas, Aminatus Zakhra, Ach Baihaki, Amaliyah

9-18



Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan dan Kepatuhan Perpajakan Terhadap Penerimaan pajak

Bayu Andriyanto, Rizka Ramayanti

19-32



Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi, Motivasi, Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan

Swesti Mahardini, Lydia Kurniawan, Erlina Natalia

33-43



Analisis Pengaruh ESG Disclosure, Likuiditas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks ESG Leaders

Ghina Tirta Wangi, Alfida Aziz

44-53



Profitabilitas dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Mediasi

Maryati Rahayu, Jayanti Apri Emarawati

54-65



Pengaruh Intellectual Capital terhadap Financial Technology di Era New Normal di Indonesia

Preatmi Nurastuti, Adrianna Syariefur Rahman, Tri Wahyu Wiryawan

66-74



[Analisis Dampak Work From Home Terhadap Motivasi Kerja](#)

Nur Qomari Majid, Syafira Nur Arofah, Mayasari Mauliydina, Suci Marhaeningtyas, Amaliyah

75-82



[Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Pegadaian \(Persero\) Kanwil VIII Jakarta](#)

Irwan R. Osman, Thomas Daniyal Rachman

83-90



[Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Busana Anak Secara Online](#)

Dewi Suliyahini, Herni Nurmayanti, E.Luthfia Zahra

91-96



[Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Masker Medis Pada Masa Pandemi Covid-19 \(Studi kasus pada Masyarakat DKI Jakarta\)](#)

Imelda Aprileny, Azalia Khulikhhot UN, Jayanti Apri Emarawati

97-105



[Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 - 2021](#)

Lydia Kurniawan, Monika Budiman, Gabriella Yohanna

106-113



[Financial Leverage, Corporate Governance dan Kepemilikan Publik terhadap Perataan Laba](#)

Rezky Eldy Naufal, Maryati Rahayu, Nastiti Edi Utami

114-124



[Peran Empowering Leadership Dalam Menumbuhkan Individual Innovative Behaviour pada Sektor Jasa](#)

Andreas Wijaya, Tannia, Juan Matthew Karsten, Lia

125-134



Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Integritas Laporan Keuangan

Putri Naysilla Anastasia, Maryati Rahayu, Nursina

135-144



Pengaruh Motivasi, Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan PT Indonesia Comnets Plus

Adinda Nurul Solihat, Yusuf Maura

145-153



Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City

Siti Sarah, Endang M, Bida Sari

154-164



Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Asuransi Central Asia

Listael Naomi tangdiombo, Yusuf Maura

165-172



Pengaruh Arus Kas Operasi, Laba Bersih dan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Maivida Rabī'ah Al Adawiyah, Mery Wanialisa

173-188



Pengaruh Kompensasi, Motivasi, dan Pengembangan Karir terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Perpustakaan Nasional Republik Indonesia

Yusuf Maura, Muhammad Ramdhan Ardiyansyah

189-198



Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Organizational Citizenship Behavior Pada PT Agung Citra Transformasi

Tri Ajeng Putri Ananda, Maya Syafriana Effendi

199-211



Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Utama Bekasi

Yasmin Ashila Rheznadhiya, Rahayu Endang Suryani

212-220



Determinan Organizational Citizenship Behavior Untuk Meningkatkan Produktivitas Karyawan Pada Hotel D'arcici Al-Hijra

Era Mega Putri, Marhalinda

221-230



PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, KOMITMEN ORGANISASI, DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR

Siti Nur Rohma, Rinaldi

231-241



Pengaruh Kecerdasan Emosional, Komitmen Organisasi, dan Social Support Terhadap Kepuasan Kerja pada Karyawan PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Bogor

Rika Dwi Febyansah, Rahayu Endang Suryani

242-251



PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL, KETAATAN ATURAN AKUNTANSI, DAN PERILAKU TIDAK ETIS TERHADAP KECENDERUNGAN KECURANGAN AKUNTANSI (FRAUD) (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN TRANSPORTASI DAN LOGISTIK SUBSEKTOR PELAYARAN DI PUSAT KOTA JAKARTA)

Oktaviani Miranda, Mery Wanialisa, **Bida Sari**

252-263



Pengaruh Lingkungan Kerja, Komunikasi Dan Kompensasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. XYZ

Dilla Nuramdhani, Estu Mahanani

264-274



PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL, KETAATAN ATURAN AKUNTANSI, DAN PERILAKU TIDAK ETIS TERHADAP KECENDERUNGAN KECURANGAN AKUNTANSI (FRAUD)

(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN TRANSPORTASI DAN LOGISTIK SUBSEKTOR PELAYARAN DI PUSAT KOTA JAKARTA)

Oktaviani Miranda¹, Mery Wanialisa², **Bida Sari**³

FEB Universitas Persada Indonesia YAI

74 Jl Pangeran Diponegoro 10320 Jakarta Jakarta Raya, Indonesia

Email : Oktaviani.miranda@upi-yai.ac.id¹ mery.wanialisa@upi-yai.ac.id² bida.sari@upi-yai.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengendalian internal, ketaatan aturan akuntansi, dan perilaku tidak etis terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi. populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan transportasi dan logistik subsector pelayaran di wilayah Pusat Kota Jakarta. Berdasarkan metode *convenience sampling*, jumlah sampel penelitian ini adalah 76 Responden. Data yang digunakan adalah Data Primer kuisioner yg bagikan secara online (dibuat di Google Form) dan kemudian disebarlinknya pada responden Teknik analisis data yang digunakan adalah Statistik Inferensial, Validitas Konvergenensi, *Construct Reliability and Validity*, dan *Inner model*. Alat ukur yang digunakan untuk analisis ini adalah program *SmartPls 4*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji secara parsial, *Pengendalian Internal* tidak berpengaruh terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi, Sedangkan *Ketaatan aturan akuntansi* berpengaruh signifikan secara positif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi, dan Perilaku Tidak Etis berpengaruh signifikan secara *negative* terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi.

Kata Kunci : *Fraud, Pengendalian Internal, Ketaatan Aturan Akuntansi, Perilaku Tidak Etis, dan kecenderungan kecurangan akuntansi.*

ABSTRACT

This research purposed to know and to examine the influence of profitability, Institutional of Ownership and the size of the company towards Corporate Social Responsibility in various industrial manufacturing company listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX) period 2017-2021. Purposive sampling technique is used in this research used and there are 6 samples collected by this technique. This research also use secondary data and submitted financial reports of Various Industrial manufacturing company listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX) consistently in period 2017-2021. Technique of data analysis in this research used descriptive analysis, panel data regression test, and multiple linear regression that has previously been fulfilled the classical assumption test. The measurement tool used for this analysis is the Eviews 9. The results of this study indicate that based on a partial test (t test). Profitability and Company Size had a negative effect on Corporate Social Responsibility. Meanwhile, Institutional of Ownership have a positive effect on corporate social responsibility. Simultaneous significance test (F test) profitability, Institutional of Ownership and the size of the company exhibited significantly effect to the corporate social responsibility of index various industrial manufacturing

company listed on Indonesia Stock Exchange 2017-2021 with a probability value of $0.000937 < 0.05$. The results of this study also show that the ability of the independent variables to explain the dependent variation is only 54% and the remaining 46% is influenced by other variables.

Keywords : *Profitability, Institutional of Ownership, The Size of The Company, Corporate Social Responsibility.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang berkepulauan yang memiliki asal daya garis pantai atau pesisir yang panjang sekitar 81.000 km dan berjumlah kepulauan 17.508 kepulauan, sesuai BPS total luas daratan indonesia yaitu 1.922.570 km persegi dan luas laut sekitar 3.257.483 juta km persegi. sesuai Undang-Undang Dasar perihal batas wilayah indonesia, perairan nusantara meliputi hampir 2/3 luas perairan indonesia yang berada di antara serta di sekitar kepulauan indonesia ialah satu kesatuan wilayah nasional indonesia disebut sebagai laut nusantara serta adalah suatu aset nasional yang berperan sebagai sumber kekayaan alam. sehingga betapa pentingnya jaringan transportasi laut, khususnya industri pelayaran bagi perekonomian bangsa Indonesia untuk berkembang. oleh karena itu, jasa transportasi mempunyai peranan yang krusial terhadap lalu lintas perdagangan dunia. 90% cargo perdagangan global diangkut melalui transportasi laut yaitu kapal, sehingga peranan perusahaan pelayaran dalam meningkatkan perdagangan dalam dan luar negeri perlu dilaksanakan. Industri pelayaran termasuk industry yang cukup menopang bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara.

(Albrecht, 2014) mengartikan bahwa fraud (penipuan) ialah istilah general, dan meliputi semua cara aneka yang dapat dirancang oleh kecerdikan manusia, yang terpaksa oleh satu individu, untuk mendapatkan keuntungan di atas yang lain menggunakan representasi palsu Maka tindakan seseorang pemimpin atau orang yang diberi wewenang atau kekuasaan dipengaruhi oleh atribut penyebab. Tindakan kecurangan dapat dipengaruhi adanya sistem pengendalian internal serta monitoring oleh atasan. Teori Fraud Triangle yang dijabarkan Cressey (1953) dalam (Adelin, 2013) menyatakan bahwa korupsi bisa disebabkan karena adanya 3 faktor yaitu tekanan (*pressure*), peluang (*opportunity*), dan rasionalisasi (*rationalization*).

Menurut Adelin (2014) Hasil penelitian menunjukkan bahwa keefektifan pengendalian internal berpengaruh signifikan negatif terhadap

kecenderungan kecurangan akuntansi, sedangkan perilaku tidak etis signifikan positif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi

Untuk menangani masalah kecurangan akuntansi diperlukan monitoring. untuk melihat hasil monitoring yang baik, dibutuhkan pengendalian internal yang cukup efektif. dalam teori akuntansi, pengendalian internal artinya suatu proses yang ditentukan oleh sumber daya manusia serta teknologi berita yang didesain untuk membantu sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya masing-masing. Pengendalian internal dalam organisasi yang kuat bisa meminimalisir terjadinya tindakan kecurangan dan kesalahan, sedangkan pengendalian.

Hasil dari penelitian ini adalah Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Perilaku Tidak Etis dengan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Pengendalian Internal Kecenderungan Kecurangan Akuntansi, Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Budaya Organisasi dengan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi. Ukuran perusahaan juga memiliki dampak atau pengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tindakan kecurangan yaitu ketaatan aturan akuntansi. Akuntansi dapat ditinjau dalam suatu proses pada pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan, dan penganalisaan data keuangan dalam suatu entitas (Jusup, 2011) dalam (Andrianto, 2020).

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tindakan kecurangan yaitu Perilaku tidak etis juga disebabkan oleh hal yang substansial yaitu sikap dan tanggung jawa moral perusahaan. Perusahaan mempunyai tanggung jawab moral dan sosial (Keraf, 1998). pada organisasi tentunya banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mencapai tujuannya, sedangkan jalannya organisasi ditentukan oleh perilaku setiap individu dalam memiliki

kepentingan masing-masing. oleh karena itu, budaya organisasi sangat krusial, berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik buat melakukan penelitian dengan menggunakan judul :

“PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL, KETAATAN ATURAN AKUNTANSI, DAN PERILAKU TIDAK ETIS TERHADAP KECENDERUNGAN KECURANGAN AKUNTANSI (FRAUD)

(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN TRANSPORTASI DAN LOGISTIK SUBSEKTOR PELAYARAN DI PUSAT KOTA JAKARTA)”

Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah terdapat pengaruh pengendalian internal terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi (Fraud) studi empiris pada perusahaan Transportasi dan Logistik Subsektor Pelayaran di Pusat Kota Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh ketaatan pada aturan akuntansi berpengaruh terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi (Fraud) studi empiris pada perusahaan Transportasi dan Logistik Subsektor Pelayaran di Pusat Kota Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh perilaku tidak etis akuntansi terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi (Fraud) studi empiris pada perusahaan Transportasi dan Logistik Subsektor Pelayaran di Pusat Kota Jakarta?

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengendalian internal terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi (fraud) pada perusahaan Transportasi dan Logistik Subsektor Pelayaran di Pusat Kota Jakarta
2. Untuk menganalisis ketaatan aturan akuntansi terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi (fraud) pada perusahaan Transportasi dan Logistik Subsektor Pelayaran di Pusat Kota Jakarta.
3. Untuk menganalisis perilaku tidak etis akuntansi terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi (fraud) pada

perusahaan Transportasi dan Logistik Subsektor Pelayaran di Pusat Kota Jakarta.

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS
Teori Atribusi

Teori atribusi merupakan suatu teori yang dikembangkan oleh Fritz Heider pada tahun 1958. Teori atribusi menjelaskan mengenai seseorang berperilaku dan dari perilaku tersebut, seseorang memiliki alasan untuk melakukan tindakan tersebut. Teori atribusi yang dikembangkan oleh Fritz Heider menjelaskan bahwa terdapat dua alasan dari tindakan seseorang, yaitu alasan dari dalam diri seseorang dan alasan yang berasal dari luar diri seseorang tersebut.

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori yang menjelaskan hubungan antara principal dan agent dikenal sebagai Agency Theory (Jensen, 1976) Principal menunjuk agent untuk membantu perusahaan dalam mengelola suatu perusahaan dengan atas nama pemegang saham. Teori Keagenan muncul disebabkan karena adanya konflik kepentingan principal dengan agent. Agen bertanggung jawab atas mengoptimalkan kepentingan principal dan memaksimalkan kesejahteraan maka agen tidak harus selalu mementingkan principal. Oleh karena itu, bentuk pengendalian untuk menegndalikan tindakan agen sangat dibutuhkan. Menurut (Jensen, 1976) melalui mengimplementasikan insentif yang sesuai untuk para agent dan menimbulkan biaya pemantauan untuk mencegah aktivitas agent yang tidak sesuai atau menyimpang dapat mengurangi perbedaan anatara keinginannya.

Segitiga Kecurangan (Fraud Triangle)

Teori Fraud Triangle (Cressey, 1953) menjelaskan ada 3 hal yang mendorong terjadinya sebuah upaya fraud atau kecurangan , yaitu pressure (dorongan), opportunity (peluang), dan rationalization (rasionalisasi).

Pengendalian Internal

Pengendalian merupakan suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan manajemen untuk memastikan (secara memadai, bukan mutlak) tercapainya tujuan dan sasaran organisasi. pengendalian internal adalah keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuan instansi yang

berkaitan dengan menjaga keandalan penyajian laporan keuangan, efisiensi operasional dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku. Keefektifan pengendalian internal dapat berperan dalam mencegah dan mendeteksi suatu kecurangan akuntansi (fraud) dalam suatu instansi.

Ketaatan Aturan Akuntansi

Ketaatan aturan akuntansi merupakan tindakan atau perbuatan yang harus dijalankan. Aturan akuntansi dibuat sedemikian rupa sebagai dasar dalam penyusunan laporan keuangan. Dalam standar akuntansi terdapat aturan-aturan yang harus digunakan dalam pengukuran dan penyajian laporan keuangan yang berpedoman terhadap aturan-aturan yang dikeluarkan oleh IAI. Informasi yang tersedia dilaporan keuangan sangat dibutuhkan bagi investor dan manajemen jadi harus dapat diandalkan. Sehingga dibutuhkan suatu aturan untuk menjaga keandalan informasi tersebut dan menghindari tindakan yang dapat merugikan perusahaan atau organisasi. Ketaatan aturan akuntansi adalah tindakan atau perbuatan sesuai dengan perangkat aturan atau dasar hukum sebagai tolak ukur kebutuhan publik dan alokasi sumber daya. (Indriastuti, 2016) Penyajian laporan keuangan oleh organisasi merupakan kewajiban sebagai bentuk pertanggungjawaban untuk organisasi itu sendiri dan untuk masyarakat sebagai skala prioritas (Bartenputra, 2016)). Menurut (Lahaya, 2017) Pengendalian internal diperlukan sebagai bentuk pengawasan aktivitas operasi di dalam organisasi, untuk dapat mengurangi terjadinya kecenderungan kecurangan akuntansi melalui peraturan dan sanksi hukum.

Perilaku Tidak Etis

Adanya pengaruh etika yang ada dalam diri seorang auditor akan mempengaruhi perilaku auditor dan etis tidaknya keputusan yang diambil. Orientasi etis merupakan bagaimana pandangan seseorang mengenai etika itu sendiri. Perilaku etis seseorang akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan ketika menghadapi dilema etis. Perilaku tidak etis adalah perilaku yang menurut keyakinan perseorangan dan norma-norma sosial dianggap salah atau buruk.

Kecenderungan Kecurangan Akuntansi (Fraud)

Kecurangan atau fraud adalah segala bentuk tindak penipuan yang direncanakan, seperti salah saji, menyembunyikan, atau tidak mengungkapkan fakta yang material sehingga pihak lain dirugikan (Najahningrum, 2013). Hal ini termasuk berbohong, menipu, menggelapkan, dan mencuri. Penggelapan disini dimaksudkan adalah dengan mengubah kekayaan atau aset yang dipercayakan kepadanya secara tidak wajar untuk kepentingan dan keuntungan pribadi yang dapat merugikan organisasi.

Penelitian Terdahulu

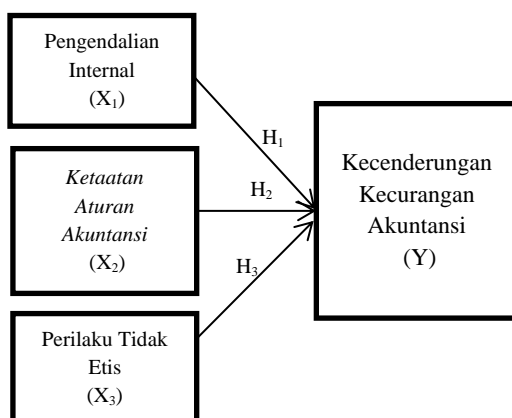
Berikut ini merupakan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai Pengaruh Pengendalian Internal, Ketaatan Aturan Akuntansi, dan Perilaku Tidak Etis terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi adalah sebagai berikut :

1. (Adelin, 2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh pengendalian internal, ketaatan aturan akuntansi, dan perilaku tidak etis terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi (Studi Empiris Pada BUMN di Kota Padang)” menyatakan bahwa keefektifan pengendalian internal dan ketaatan aturan akuntansi signifikan negatif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi, sedangkan perilaku tidak etis signifikan positif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi.
2. Andrianto (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengendalian internal, ketaatan aturan akuntansi, asimetris informasi, dan integritas terhadap kecurangan akuntansi (Studi Empiris Pada OPD Kabupaten Kebumen).” menyatakan bahwa bahwa variabel pengendalian internal tidak berpengaruh pada kecurangan akuntansi, variabel ketaatan aturan akuntansi berpengaruh negatif terhadap kecurangan akuntansi, variabel asimetris informasi tidak berpengaruh terhadap kecurangan akuntansi dan variabel integritas tidak berpengaruh terhadap kecurangan akuntansi.
3. Yuliani (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh perilaku tidak etis, pengendalian internal, dan budaya organisasi terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi (Studi empiris pada instansi pemerintah kabupaten Pasaman Barat).” menyatakan

- bahwa Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Perilaku Tidak Etis dengan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi, Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Pengendalian Internal Kecenderungan Kecurangan Akuntansi, Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan antara Budaya Organisasi dengan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi.
4. Septiani (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Apakah ketaatan aturan akuntansi akan mengurangi kecenderungan kecurangan akuntansi?” menyatakan bahwa pengendalian intern dan asimetri informasi tidak ada berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi di OPD Kota Yogyakarta. Itu kepatuhan terhadap aturan akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan akuntansi penipuan di OPD Kota Yogyakarta.
 5. Zahro (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Kecenderungan kecurangan akuntansi dan factor-faktor yang mempengaruhinya” menyatakan bahwa keefektifan pengendalian internal, ketaatan aturan akuntansi berpengaruh signifikan negatif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi, sedangkan asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kecenderungan kecurangan.

Kerangka Pemikiran

Model kerangka pemikiran menggambarkan hubungan antara variabel yang diuji dalam penelitian. Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan antara struktur modal, keputusan investasi dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Adapun gambar kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1

Kerangka Pemikiran

METODELOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017) :215) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pimpinan dan Staf Finance, Akuntansi, dan Internal Audit yang bekerja di Perusahaan Transportasi dan Logistik Subsektor Pelayaran di Pusat Jakarta yang berada di wilayah Jakarta Utara.

Sampel menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017):118) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017)81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode convenience sampling. Convenience sampling adalah kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut. Dengan demikian siapa saja yang dapat memberikan informasi baik secara tidak sengaja atau kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang memberikan informasi-informasi tersebut cocok sebagai sumber data (Sekaran, 2014). Penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair, et al, 2010 dalam (Solikhah, 2018) tergantung pada jumlah indikator. Pada penelitian tersebut terdapat 15 idikator yang dikalikan 5, sehingga:

Ukuran sampel minimum $15 \times 5 = 75$

Dengan demikian sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 75 Responden.

ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN

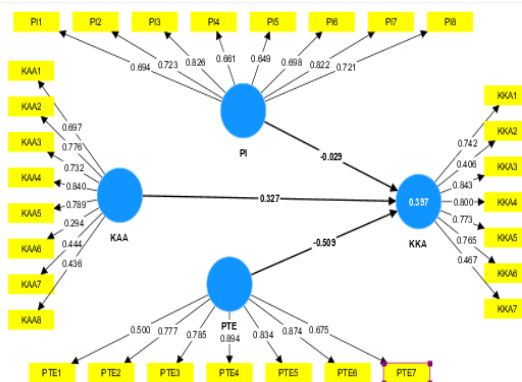
1. Measurement Model (Outer Model)

Didalam model ini ada 2 pengukuran yang dipakai yakni Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Convergent Validity

Berikut ini adalah pengolahan data pertama berdasarkan 4 variabel dengan jumlah 30 pernyataan. *Convergent validity* dari model pengukuran dapat dari korelasi antara skor item / instrument dengan skor konstruksya (loading factor) dengan kriteria nilai loading factor dari setiap instrument > 0.7 Berdasarkan pengolahan data pertama dengan variabel Pengendalian Internal terdapat 4 instrumen yang tidak valid (<0,7) yaitu PI 1, PI 4, PI 5, PI 6 dan Selebihnya Valid (>0,7). Variabel Ketaatan Aturan Akuntansi terdapat 4 instrumen yang tidak valid (<0,7) yaitu KAA 1, KAA 6, KAA 7, KAA 8 dan selebihnya valid (>0,7). Variabel Perilaku Tidak Etis terdapat 2 instrumen yang tidak valid (<0,7) yaitu PTE 1, dan PTE 7

selain itu Valid (>0,7). Terakhir, Variabel Kecenderungan Kecurangan Akuntansi terdapat 2 instrumen yang tidak valid (<0,7) yaitu KKA 2, dan KK7 selain itu valid (>0,7). Sehingga nilai loading



factor yang <0,7 harus dihapus dari model.

Variabel	Indikator	Loading Factor	Kesimpulan
PI (X1)	PI 1	0.694	Tidak Valid
	PI 2	0.723	Valid
	PI 3	0.826	Valid
	PI 4	0.661	Tidak Valid
	PI 5	0.649	Tidak Valid
	PI 6	0.698	Tidak Valid
	PI 7	0.822	Valid
	PI 8	0.721	Valid
KAA (X2)	KAA 1	0.697	Tidak Valid
	KAA 2	0.776	Valid
	KAA 3	0.732	Valid
	KAA 4	0.840	Valid
	KAA 5	0.789	Valid
	KAA 6	0.294	Tidak Valid
	KAA 7	0.444	Tidak Valid
	KAA 8	0.436	Tidak Valid
PTE (X3)	PTE 1	0.500	Tidak Valid
	PTE 2	0.777	Valid
	PTE 3	0.785	Valid
	PTE 4	0.894	Valid
	PTE 5	0.834	Valid
	PTE 6	0.874	Valid

KKA (Y)	PTE 7	0.675	Tidak Valid
	KKA 1	0.742	Valid
	KKA 2	0.406	Tidak Valid
	KKA 3	0.843	Valid
	KKA 4	0.800	Valid
	KKA 5	0.773	Valid
	KKA 6	0.765	Valid
	KKA 7	0.467	Tidak Valid

Agar memenuhi convergent validity yang dipersyaratkan, yaitu lebih tinggi dari 0,7 maka dilakukan pengolahan data yang kedua.

Variabel	Indikator	Loading Factor	Kesimpulan
PI (X1)	PI 3	0.814	Valid
	PI 5	0.733	Valid
	PI 6	0.719	Valid
	PI 7	0.855	Valid
	PI 8	0.758	Valid
KAA (X2)	KAA 1	0.725	Valid
	KAA 2	0.775	Valid
	KAA 3	0.767	Valid
	KAA 4	0.833	Valid
	KAA 5	0.802	Valid
PTE(X3)	PTE 2	0.789	Valid

	PTE 3	0.770	Valid
	PTE 4	0.904	Valid
	PTE 5	0.843	Valid
	PTE 6	0.882	Valid
KKA (Y)	KKA 1	0.762	Valid
	KKA 3	0.841	Valid
	KKA 4	0.799	Valid
Indikator		AVE	Rule Of Thumb
PI (X1)		0.625	0,5
KAA (X2)		0.610	0,5
PTE (X3)		0.605	0,5
KKA(Y)		0.704	0,5

Composite Reliability and Cronbach Alfa's

Setelah menguji validitas konstruk, pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan Composite Reliability (CR) dari blok indikator yang mengukur konstruk CR digunakan untuk menampilkan reliabilitas yang baik. Suatu konstruk dinyatakan reliabel jika nilai composite reliability > 0.6. Menurut Hair et al. (2014) koefisien composite reliability harus lebih besar dari 0.7 meskipun nilai 0.6

masih dapat diterima. Namun, uji konsistensi internal tidak mutlak untuk dilakukan jika validitas konstruk telah terpenuhi, karena konstruk yang valid adalah yang reliabel, sebaliknya konstruk yang reliabel belum tentu valid (Cooper dan Schindler, 2014). Cronbach's Alfa digunakan untuk diagnosis konsistensi dari seluruh skala dengan melihat koefisien reliabilitas. Nilai Cronbach's Alfa >0.60 masih dapat diterima untuk exploratory research

Varia bel	Compo site Reliabi lity (rho_a)	Compo site Reliabi lity (rho_c)	Cronba ch's Alfa	Kesimp ulan
KKA	0.855	0.893	0.850	Reliabel
KAA	0.969	0.887	0.854	Reliabel
PI	0.881	0.884	0.843	Reliabel
PTE	0.910	0.922	0.894	Reliabel

	KKA 5	0.770	Valid
	KKA 6	0.768	Valid

Pada tabel uji convergent validity dapat disimpulkan bahwa indikator dari variabel Pengendalian Internal, Ketaatan Aturan Akuntansi dan, Perilaku Tidak Etis terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi memperoleh memperoleh nilai loading factor diatas 0.7 serta nilai AVE diatas 0.5, maka dikatakan valid.

Bahwa hasil pengujian composite reliability dan Cronbach's Alfa menunjukkan nilai > 0.6 yang berarti semua variabel dinyatakan reliabel.

2. Analisis Inner Model

Setelah melakukan evaluasi model dan diperoleh bahwa setiap konstruk telah memenuhi syarat Convergent Validity, Discriminant Validity, Composite Reliability dan Cronbach's Alfa, maka yang berikutnya adalah evaluasi model struktural yang meliputi pengujian Path Coefficient, dan R². Pengujian kecocokan model (model fit) digunakan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kecocokan dengan data.

R square

Inner model (inner relation, structural model, dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model structural di evaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen. Nilai R² dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel endogen tertentu dan variabel eksogen apakah mempunyai pengaruh substantive (Ghozali, 2014). Hasil R² sebesar 0.67, 0.33, dan 0.19 mengindikasikan bahwa model "baik", "moderat", dan "lemah" (Ghozali, 2014). Diperoleh nilai R Square sebesar 0.427, hal ini berarti 42.7% variasi atau perubahan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi dipengaruhi oleh Pengendalian Internal, Ketataan Aturan Akuntansi, dan Perilaku Tidak Etis sedangkan sisanya sebanyak 57.3% dijelaskan oleh sebab lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa R Square pada variabel Kecenderungan Kecurangan Akuntansi adalah moderat.

	R-square	R-square adjusted
Kecenderungan Kecurangan Akuntansi	0.427	0.403

diperoleh nilai R Square sebesar 0.427, hal ini berarti 42.7% variasi atau perubahan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi dipengaruhi oleh Pengendalian Internal, Ketataan Aturan Akuntansi, dan Perilaku Tidak Etis sedangkan sisanya sebanyak 57.3% dijelaskan oleh sebab lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa R Square pada variabel Kecenderungan Kecurangan Akuntansi adalah moderat.

F Square

Effect Size (F Square), dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai f 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diinterpretasikan bahwa prediktor variabel laten memiliki pengaruh kecil, menengah dan besar. Berdasarkan yang diperoleh nilai F Square sebesar 0.095, hal ini berarti variasi atau perubahan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi berefek kecil oleh ketataan aturan akuntansi. sebesar 0.003, hal ini berarti variasi atau perubahan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi berefek kecil oleh Pengendalian Internal. . sebesar 0.454, hal ini berarti variasi atau perubahan Kecenderungan Kecurangan Akuntansi berefek Besar oleh Perilaku tidak etis.

	KKA (Y)
KKA (Y)	
PI (X1)	0.003
KAA (X2)	0.095
PTE (X3)	0.454

Goodness of Fit (GoF)

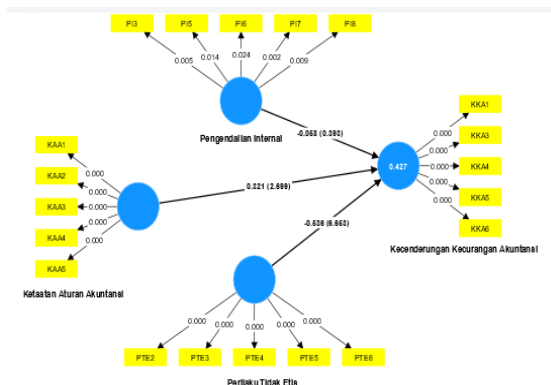
Untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan digunakan Goodness of Fit(GoF). GoF indeks merupakan ukuran tunggal untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural. Nilai GoF ini diperoleh dari akar kuadrat dari average communalities index dikalikan dengan nilai rata-rata R2 Nilai GoF terbentang antara 0 sd 1 dengan interpretasi nilai-nilai : 0.1 (Gof kecil), 0,25 (GoF moderate), dan 0.36 (GoF besar).

$$\begin{aligned}
 \text{GoF} &= \sqrt{AVE \times R} \\
 &= \sqrt{0,636 \times 0,427} \\
 &= 0,521
 \end{aligned}$$

Hasil GoF tersebut menyatakan bahwa proforma gabungan aatara model pengukuran dan model

struktural terbentang dengan interpretasi nilai sebesar 0,521 (GoF kuat).

Uji Hipotesa Pengaruh Langsung



Untuk mengetahui hubungan structural antar variabel laten, harus dilakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien jalur antar variabel dengan membandingkan angka p-value dengan alpha (0.005) atau t-statistik sebesar (>1.96). Besarnya P-value dan juga t-statistik diperoleh dari output pada SmartPLS dengan menggunakan metode bootstrapping. Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis yang terdiri dari 3 hipotesis berikut ini:

- H1 : Tidak terdapat pengaruh Pengendalian Internal terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi.
- H2 : Terdapat pengaruh Ketaatan Aturan Akuntansi terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi.
- H3 : Terdapat pengaruh Perilaku Tidak Etis terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi.

Uji Hipotesis 1

Kriteria	Pengendalian Internal	Variabel (Y)
t-Statistik	0,393	Kecenderungan Kecurangan Akuntansi
Path Coefficient	-0,058	

Dengan t-Statistik sebesar 0.393 < 1.96 maka Ho1 diterima dan Ha1 ditolak yang berarti bahwa Pengendalian Internal tidak berpengaruh

terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi. Dengan demikian nilai path coefficient sebesar -0,058 tidak bermakna.

Uji Hipotesis 2

Kriteria	Ketaatan Aturan Akuntansi	Variabel (Y)
t-Statistik	2,699	Kecenderungan Kecurangan Akuntansi
Path Coefficient	0,321	

Dengan t-Statistik sebesar $2.699 > 1.96$ maka H_02 ditolak dan H_a2 diterima yang berarti bahwa ketaatan aturan akuntansi berpengaruh positif terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi. Nilai path coefficient sebesar 0.321 dan positif, artinya ketaatan aturan akuntansi berpengaruh positif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi atau dengan kata lain dapat diartikan bahwa jika ketaatan aturan akuntansi meningkat maka kecenderungan kecurangan akuntansi meningkat sebesar 32.1%.

Uji Hipotesis 3

Kriteria	Perilaku Tidak Etis	Variabel (Y)
t-Statistik	6,653	Kecenderungan Kecurangan Akuntansi
Path Coefficient	-0,536	

Dengan t-Statistik sebesar $6.653 > 1.96$ maka H_03 ditolak dan H_a3 diterima yang berarti bahwa perilaku tidak etis berpengaruh negatif terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi. Nilai path coefficient sebesar -0.536 dan negatif, artinya perilaku tidak etis berpengaruh negatif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi atau dengan kata lain dapat diartikan bahwa jika perilaku tidak etis meningkat maka kecenderungan kecurangan akuntansi menurun sebesar -53.6% .

Hasil Hipotesis

Hipotesis		Kesimpulan
Hipotesis 1	Pengendalian internal berpengaruh Terhadap Kecenderungan Kecurangan akuntansi	Ditolak

Hipotesis 2	Ketaatan aturan akuntansi memiliki pengaruh terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi	Diterima
Hipotesis 3	Perilaku Tidak Etis memiliki pengaruh terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi	Diterima

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Pengendalian Internal terhadap Kecenderungan kecurangan akuntansi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa variable Pengendalian Internal tidak berpengaruh terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi. Artinya pengendalian internal yang terdapat didalam perusahaan tidak memiliki pengaruh kecenderungan kecurangan akuntansi terhadap perusahaan-perusahaan transportasi dan logistic subsector pelayaran diwilayah Jakarta Utara. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Andrianto, 2020) yang juga menyimpulkan bahwa Pengendalian internal tidak berpengaruh terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi.

Pengaruh Ketaatan Aturan Akuntansi terhadap Kecenderungan kecurangan akuntansi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa variable ketaatan aturan akuntansi pengaruh positif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi. Artinya semakin baik ketaatan aturan akuntansi maka akan semakin tinggi kecenderungan kecurangan akuntansi terhadap perusahaan-perusahaan transportasi dan logistic subsector pelayaran diwilayah Jakarta Utara. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ali Amin Kalau dan Stevanus Z Leksair (2020) dan (Wahyuni, 2016) yang juga menyimpulkan , jika semakin ditingkatkannya Ketaatan Terhadap Aturan Akuntansi maka akan berpotensi positif terhadap semakin menurunnya Kecenderungan kecurangan akuntansi maka akan

berpotensi positif terhadap semakin menurunnya Kecenderungan kecurangan akuntansi.

Pengaruh perilaku tidak etis terhadap Kecenderungan kecurangan akuntansi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa variable perilaku tidak etis berpengaruh negatif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi. Artinya semakin tinggi perilaku tidak etis pada suatu perusahaan, maka semakin kecil pula kecenderungan kecurangan akuntansi pada perusahaan tersebut. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Silvia Yuliani (2020) yang menyimpulkan bahwa perilaku tidak etis berpengaruh positif terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengendalian internal, ketaatan aturan akuntansi dan perilaku tidak etis terhadap kecurangan akuntansi pada perusahaan transportasi dan logistic subsector pelayaran di Pusat Jakarta tepatnya wilayah Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan di 33 Perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode kuisioner dengan sampel sebanyak 76 responden. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa :

1. Variable pengendalian internal tidak berpengaruh terhadap kecurangan akuntansi. Kecurangan akuntansi tidak dipengaruhi oleh transparansi dalam penyediaan informasi kepada publik, mengenai kemudahan di dalam memperoleh informasi-informasi yang akurat dan memadai tentang kondisi keuangan perusahaan – perusahaan transportasi dan logistic subsector Pelayaran di Pusat Jakarta tepatnya diwilayah Jakarta Utara.
2. Variabel ketaatan aturan akuntansi berpengaruh signifikan positif terhadap Kecurangan akuntansi, dapat disimpulkan bahwa semakin baik ketaatan aturan akuntansi maka akan semakin tinggi kecenderungan kecurangan akuntansi terhadap perusahaan-perusahaan transportasi dan logistic subsector pelayaran diwilayah Jakarta Utara. Ketaatan aturan akuntansi mampu mengurangi kecurangan akuntansi. Indikasi kecurangan yang terjadi

yang mengakibatkan kerugian bagi perusahaan juga disebabkan karena pengelolaan keuangan dan penyajian laporan keuangan tidak sesuai dengan aturan akuntansi yang telah ditetapkan. Sehingga dengan adanya penyajian laporan keuangan yang sesuai dengan atauran-aturan atau standar yang berlaku maka dapat mengurangi kecenderungan terjadinya kecurangan dalam sebuah perusahaan.

3. Variabel Perilaku Tidak Etis berpengaruh negative terhadap kecenderungan kecurangan akuntansi, dapat disimpulkan semakin tinggi perilaku tidak etis pada suatu perusahaan, maka semakin kecil pula kecenderungan kecurangan akuntansi pada perusahaan tersebut. Etika merupakan keyakinan mengenai tindakan yang benar dan tindakan yang salah atau tindakan yang baik dan yang buruk. Nilai- nilai moral seseorang menentukan apakah orang tersebut dapat berperilaku etis atau tidak etis. perilaku tidak etis merupakan perilaku yang menyimpang dari tugas pokok atau tujuan yang telah disepakati. Dalam konteks lingkungan kerja, lingkungan dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku tidak etis atau tidak etis. perilaku tidak etis dapat dipicu oleh banyak hal, dan salah satunya adalah seseorang yang berperilaku tidak etis untuk kepentingan diri sendiri yang tujuannya hanya untuk memperkaya diri dengan cara melakukan kecurangan atau melanggar aturan-aturan yang telah ditetapkan. sehingga semakin tinggi perilaku tidak etis maka akan manambah kemungkinan terjadinya kecurangan dalam sebuah perusahaan atau suatu organisasi.

SARAN

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperbaiki terlebih dahulu kuesioner yang digunakan dalam penelitian sehingga kuesioner yang akan digunakan selanjutnya memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi
2. Penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kecurangan akuntansi seperti Komitmen Organisasi, penegakan hukum, kesesuaian kompensasi dan asimetris informasi.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperbaiki terlebih dahulu mengenai indentitas responden dalam kuisioner agar bisa lebih detail sehingga kriteria sampel dengan sampel bisa sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- Najahningrum, A. F. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi fraud: persepsi pegawai. *Accounting Analysis Journal*, 2(3), 259–267.
- Adrian Bartenputra. (2016). PENGARUH KESESUAIAN KOMPENSASI, KETAATAN AKUNTANSI DAN ASIMETRI INFORMASI TERHADAP KECENDERUNGAN KECURANGAN AKUNTANSI (Studi empiris pada SKPD Kota Bukittinggi). *Jurnal Akuntansi*, Vol 4, No(PENGARUH KESESUAIAN KOMPENSASI, KETAATAN Akunt. DAN ASIMETRI Inf. TERHADAP KECENDERUNGAN KECURANGAN Akunt. (Studi empiris pada SKPD Kota Bukittinggi)).
- Adelin, V. (2013). PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL, KETAATAN ATURAN. *Universitas Negeri Padang.*, Vol 1, No.
- Albrecht. (2014). *Akuntansi Forensik*. Salemba Empat.
- Keraf, A. S. (1998). *Etika bisnis : tuntutan dan relevansinya*. Kanisius.
- A Andrianto (2020). PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL, KETAATAN ATURAN AKUNTANSI, ASIMETRI INFORMASI DAN INTEGRITAS TERHADAP KECURANGAN AKUNTANSI (Studi Empiris Pada OPD Kabupaten Kebumen). *Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Cressey, D. R. (1953). *Other People's Money*. *Montclair NJ*. Patterson Smith pp.1-300.
- Jusup, H. (2011). Dasar - dasar akuntansi jilid 1. Indonesia. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN*.
- Jensen, M. C. (1976). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Indriastuti, A. &. (2016). *ANALISIS PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, PENGENDALIAN INTERNAL, PERSEPSI KESESUAIAN KOMPENSASI, MORALITAS INDIVIDU, DAN KETAATANATURAN AKUNTANSI TERHADAP KECURANGAN AKUNTANSI*.
- Lahaya, I. A. (2017). *Kualitas Laba dan Pengungkapan Sukarela Dampaknya terhadap Biaya Modal Ekuitas melalui Asimetri Informasi*.
- Yuliani, S. (2018). Pengaruh Perilaku Tidak Etis, Pengendalian Internal dan Budaya Organisasi Terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi (Studi Empiris Instansi Pemerintahan Kab. Pasaman Barat). *Jurnal Akuntansi*, Vol. 3(No. 4).
- Septiani, R., & Diansari, R. E. (2019). Apakah ketaatan aturan akuntansi akan mengurangi kecenderungan kecurangan akuntansi? *Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.36067/jbis.v1i1.7>
- Cinthyani, L. P. R., & Sulindawati, N. L. G. E. (2020). Faktor – faktor yang mempengaruhi kecenderungan kecurangan akuntansi pada LPD di Kecamatan Seririt. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 159–166.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sekaran, U. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku 1 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solikhah, R. O. (2018). DAMPAK AGROWISATA PETIK JERUK TERHADAP PEMBERDAYAAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT di DESA SELOREJO KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG. *University of Muhammadiyah Malang*.
- Kalau, A. A., & Leksair, S. (2020). Pengaruh Efektivitas Pengendalian Internal, Ketaatan

Aturan Akuntansi Dan Perilaku Tidak Etis Terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi (Studi Pada Perusahaan Badan Usaha Milik Negara Di Ambon). *Jurnal Cita Ekonomika*, 14(2), 99–110.
<https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v14i2.2728>



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus A : Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat 10340, Indonesia

Telp : (021) 3904858, 31936540 Fax : (021) 3150604

Jakarta, 14 September 2023

Nomor : 848/D/FEB UPI Y.A.I/IX/2023
Lampiran : -
Hal : Surat Tugas Penulisan Jurnal

Kepada Yth :

- **Dr. Endang Maskan Sasmita, MM**
- **Bida Sari, SP, M.Si**

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Di –

Tempat

Bersama ini kami menugaskan sebagai Tim Penulis di Jurnal IKRAITH EKONOMIKA dengan Judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City”**. Vol 6 No 3 November 2023, dan berperan sebagai :

- **Penulis ke-2 a.n Dr. Endang Maskan Sasmita, MM**
- **Penulis ke-3 a.n Bida Sari, SP, M.Si**

Diharapkan dapat memberikan laporannya pada kami paling lambat 1(satu) Minggu setelah jurnal tersebut diterbitkan.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,
Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Dr. Marhalinda, SE, MM

Dekan

UPI YAI

EKONOMIKA

Vol 6 No 3 November 2023

ISSN 2654 - 4946

E-ISSN 2654 - 7538

IKRA-ITH EKONOMIKA



Universitas Persada Indonesia YAI



Current Archives About

[Home](#) / [Editorial Team](#)

Editorial Team

Reviewer

Prof.Dr.Adji Suratman, Ak,MM (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=xbvESr4AAAAJ>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6038310>)

Dr.Farida SE,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=eYhkftoAAAAJ&hl=en>)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56904182300&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5974738>)

Dr.Ahmad Subagyo.SE,MM,C.R.B.D (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6040308>)

Dr. Febrianty, SE.,MM (Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56725694000>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5974622>) (<https://scholar.google.co.id/citations?user=Kkqani0AAAAJ&hl=en>)

Chief in Editor

Dr.Ir.W.Hary Susilo,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=6CCV6X8AAAAJ&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6689218>)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56539508300&hl=en>)

Editor

Dr.Abdullah Muksin, S.Pd,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=82qDQSkAAAAJ&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6092000>)

Dr. Febrianty, SE.,MM (Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56725694000>)

<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5974622>

<https://scholar.google.co.id/citations?user=Kkqani0AAAAJ&hl=en>

Dr.Farida SE,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=eYhkftoAAAAJ&hl=en>)

(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56904182300&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5974738>)

Dr.Marhalinda SE.MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=m6dT NesAAAAJ&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6699727>)

Dr.Ir.Yuli Zain,MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?hl=en&user=QdhwcSwAAAAJ>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6144047>)

Maya Dewi Dyah Maharani (Universitas Sahid)

(<https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=vKKe0bgAAAAJ>)

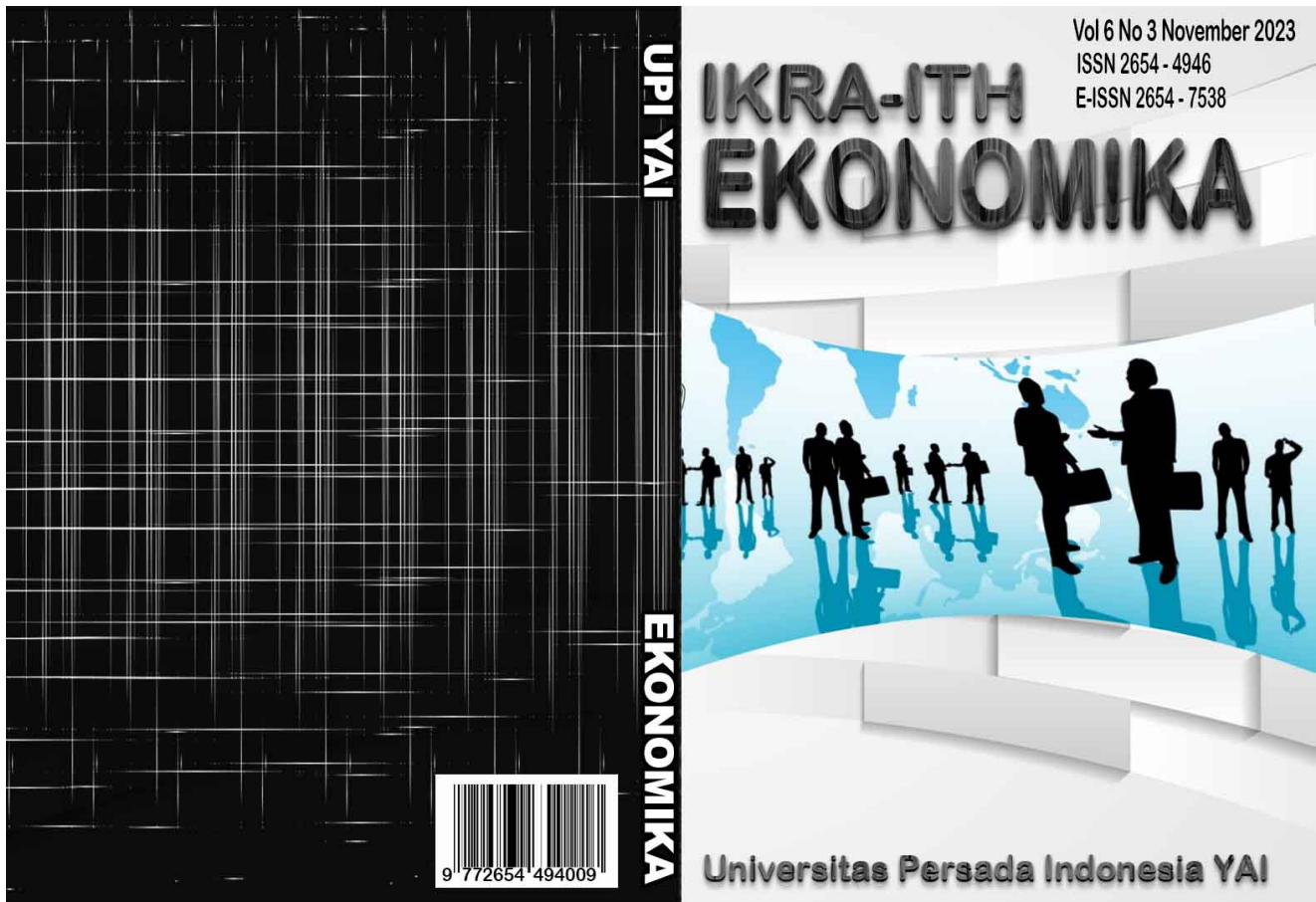
(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6651350>)



[Current](#) [Archives](#) [About](#)

[Home](#) / [Archives](#) / Vol. 6 No. 3 (2023): IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 3 November 2023

Vol. 6 No. 3 (2023): IKRAITH-EKONOMIKA Vol 6 No 3 November 2023



DOI: <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i3>

Published: 2023-10-26

Articles

Pengaruh Jam Kerja Dan Upah Terhadap Kinerja Pada Proyek Konstruksi Di Pt. Taiyo Sinar Raya Teknik

Irwan R Osman, Monica Octavania

1-5



Analisis Perbandingan Laba Dari Fungsi Perum Bulog Sebagai Public Service Obligation (PSO) Dengan Komersil

Eva Arnas, Aminatus Zakhra, Ach Baihaki, Amaliyah

9-18



Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan dan Kepatuhan Perpajakan Terhadap Penerimaan pajak

Bayu Andriyanto, Rizka Ramayanti

19-32



Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi, Motivasi, Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan

Swesti Mahardini, Lydia Kurniawan, Erlina Natalia

33-43



Analisis Pengaruh ESG Disclosure, Likuiditas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks ESG Leaders

Ghina Tirta Wangi, Alfida Aziz

44-53



Profitabilitas dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Mediasi

Maryati Rahayu, Jayanti Apri Emarawati

54-65



Pengaruh Intellectual Capital terhadap Financial Technology di Era New Normal di Indonesia

Preatmi Nurastuti, Adrianna Syariefur Rahman, Tri Wahyu Wiryawan

66-74



[Analisis Dampak Work From Home Terhadap Motivasi Kerja](#)

Nur Qomari Majid, Syafira Nur Arofah, Mayasari Mauliydina, Suci Marhaeningtyas, Amaliyah

75-82



[Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Pegadaian \(Persero\) Kanwil VIII Jakarta](#)

Irwan R. Osman, Thomas Daniyal Rachman

83-90



[Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Busana Anak Secara Online](#)

Dewi Suliyahini, Herni Nurmayanti, E.Luthfia Zahra

91-96



[Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Masker Medis Pada Masa Pandemi Covid-19 \(Studi kasus pada Masyarakat DKI Jakarta\)](#)

Imelda Aprileny, Azalia Khulikhhot UN, Jayanti Apri Emarawati

97-105



[Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 - 2021](#)

Lydia Kurniawan, Monika Budiman, Gabriella Yohanna

106-113



[Financial Leverage, Corporate Governance dan Kepemilikan Publik terhadap Perataan Laba](#)

Rezky Eldy Naufal, Maryati Rahayu, Nastiti Edi Utami

114-124



[Peran Empowering Leadership Dalam Menumbuhkan Individual Innovative Behaviour pada Sektor Jasa](#)

Andreas Wijaya, Tannia, Juan Matthew Karsten, Lia

125-134



Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Integritas Laporan Keuangan

Putri Naysilla Anastasia, Maryati Rahayu, Nursina

135-144



Pengaruh Motivasi, Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan PT Indonesia Comnets Plus

Adinda Nurul Solihat, Yusuf Maura

145-153



Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City

Siti Sarah, Endang M, **Bida Sari**

154-164



Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Asuransi Central Asia

Listael Naomi tangdiombo, Yusuf Maura

165-172



Pengaruh Arus Kas Operasi, Laba Bersih dan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Maivida Rabī'ah Al Adawiyah, Mery Wanialisa

173-188



Pengaruh Kompensasi, Motivasi, dan Pengembangan Karir terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Perpustakaan Nasional Republik Indonesia

Yusuf Maura, Muhammad Ramdhan Ardiyansyah

189-198



Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Organizational Citizenship Behavior Pada PT Agung Citra Transformasi

Tri Ajeng Putri Ananda, Maya Syafriana Effendi

199-211

Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City

Siti Sarah¹, Endang M. Sasmita², Bida Sari³

^{1,2,3} Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Email: sitisarahhh640@gmail.com¹, endang.msasmita59@gmail.com²,
bida.sari@upi-yai.ac.id³

Abstrak

Transportasi merupakan salah satu sarana yang penting dalam mendukung kegiatan ekonomi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas layanan, fasilitas, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City. Pendekatan kuantitatif digunakan pada metode penelitian asosiatif kausal ini pengambilan sampel secara *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling* sebanyak 155 responden pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City. Pengolahan data menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan software *Smart-PLS 4* untuk menguji *outer* dan *inner model* persamaan regresi berganda. Hasil penelitian berdasarkan nilai *t-statistic* dan nilai *p-value* menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas layanan, fasilitas dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan, fasilitas, dan citra merek memiliki dampak sebesar 53.0% terhadap loyalitas pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City.

Kata kunci: Citra Merek, Fasilitas, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan

Abstract

Transportation is one of the important means in supporting economic activities. The purpose of this study was to examine the effect of service quality, facilities, and brand image on Maxim Bike customer loyalty in Green Pramuka City. A quantitative approach was used in this causal associative research method. Sampling was non-probability sampling using a convenience sampling technique of 155 respondents to Maxim Bike customers in Green Pramuka City. Data processing uses the Structural Equation Model (SEM) approach with Smart-PLS 4 software to test the outer and inner multiple regression equation models. The results of the study based on t-statistics and p-values show that there is a positive and significant effect of service quality, facilities and brand image on customer loyalty. Service quality, facilities and brand image have an impact of 53.9% on customer loyalty Maxim Bike in Green Scout City.

Keywords: Brand Image, Facilities, Service Quality, Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

Transportasi memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat sebab membantu pergerakan individu dan barang ke berbagai tempat guna memenuhi keperluan barang dan jasa serta memberikan peluang kerja bagi banyak

orang. Hal ini menjadikan transportasi sebagai salah satu sarana penunjang bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas kehidupannya.

Saat ini perkembangan teknologi juga semakin dibutuhkan untuk mempermudah manusia dalam melaksanakan berbagai kegiatan. Kegunaan teknologi secara garis besar

ialah memudahkan pengguna untuk melakukan sesuatu dengan lebih cepat. Semakin mudahnya mengakses internet untuk mencari informasi atau berita, mengakses media sosial untuk berkomunikasi tanpa batas jarak dan waktu, hingga kemudahan dalam bertransaksi. Hal ini tentunya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan juga para pelaku bisnis. Contohnya, sektor bisnis jasa transportasi online yang merupakan bisnis yang telah dipengaruhi oleh teknologi.

Dengan menggunakan telepon pintar, pelanggan dapat mengunduh aplikasi transportasi online tersebut. Perusahaan penyedia jasa transportasi online menawarkan ojek online sebagai moda transportasi yang cukup diminati masyarakat di kota besar seperti Jakarta yang tingkat kemacetan lalu lintasnya tinggi. Ada beragam aplikasi ojek online yang ada di Indonesia, yaitu Gojek, Grab, Maxim, inDrive, dan lain-lain. Selain layanan transportasi online, terdapat layanan pesan antar makanan dan barang yang juga diminati oleh masyarakat karena mempermudah penggunaannya dan lebih praktis dalam proses pemesanan.

Maxim adalah salah satu industri teknologi internasional yang memasarkan layanan transportasi online. Aplikasi Maxim berasal dari Rusia yang mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2018. Aplikasi ini menawarkan pelayanan transportasi berupa kendaraan roda empat yang disebut *Maxim Car* dan kendaraan roda dua yang disebut *Maxim Bike*. Selain itu, Maxim juga memberikan layanan untuk pembelian produk di toko yang disebut *Maxim Food & Goods*. Ada layanan pengantaran barang yang disebut *Maxim Delivery*. Ada juga layanan pembersihan ruangan atau rumah, jasa pijat dan juga laundry yang disebut *Maxim Life*.

Pengguna Maxim pada tahun 2018 hingga tahun 2019 menunjukkan angka dibawah 500.000 pengguna. Kenaikan grafik ditunjukkan pada tahun 2020 yaitu mencapai 2.000.000 pengguna. Namun, dengan kenaikan pengguna ini tidak menjamin Maxim memiliki pelanggan

yang setia. Maxim masih memiliki banyak kekurangan yang harus diperhatikan dan juga diperbaiki. Pelanggan tentunya dapat menilai dari segi kualitas layanan yang optimal, fasilitas yang memadai dan juga citra merek positif agar tercipta suatu kepuasan pelanggan dan ikatan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan sehingga tercipta pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan merupakan efek pada diri manusia yang terjadi saat mereka puas dan percaya pada suatu produk atau jasa (Herliyansyah, 2018).

Kualitas layanan adalah salah satu strategi mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan ditentukan oleh konsumen sebagai pemakai jasa pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dalam keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen (Fauzyah et al., 2021).

Maxim menyadari masih adanya keluhan dari pelanggan tentang pelayanan yang diterimanya terutama pada layanan Maxim Bike. Keluhan tersebut mengarah kepada pengemudi yang kurang ramah dalam melayani pelanggan Maxim Bike. Beberapa pelanggan juga merasa bahwa pengemudi Maxim Bike kurang berhati-hati dalam mengendarai sepeda motornya, sehingga membuat pelanggan kurang merasa nyaman dan aman. Keluhan lain yang masih ditemukan oleh pelanggan ialah pengemudi yang sulit dihubungi dan juga keterlambatan dalam penjemputan. Hal ini menunjukkan bahwa masih kurang optimalnya kualitas pelayanan dari Maxim Bike sehingga diperlukannya evaluasi kembali guna perbaikan atau peningkatan kualitas layanannya.

Selain kualitas layanan, loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh fasilitas.

Fasilitas adalah hal-hal yang disediakan oleh penyedia jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Adawia et al., 2020). Fasilitas yang dimaksud pada penelitian ini berupa aplikasi. Fasilitas aplikasi yang disediakan oleh pihak Maxim Bike masih terbilang kurang memadai. Peta atau map yang ditampilkan pada aplikasi yang masih kurang detail atau belum lengkap membuat pelanggan kesulitan untuk menentukan lokasi tujuan atau bahkan penjemputan. Maxim juga belum menyediakan sistem pembayaran digital atau biasa disebut sistem pembayaran non tunai. Hal ini membuat pelanggan kesulitan dalam melakukan transaksi. Selain fasilitas yang ada dalam aplikasi, fasilitas fisik seperti helm dianggap kurang memadai. Hal-hal tersebut harus lebih diperhatikan lagi oleh Maxim untuk mendorong kepuasan pelanggan dan menimbulkan loyalitas pelanggan untuk memakai layanan tersebut secara terus-menerus dalam jangka panjang.

Faktor penentu loyalitas pelanggan yang selanjutnya dipengaruhi oleh citra merek (Algifari & Hasbi, 2021). Citra merek merupakan kombinasi dari segala informasi yang ada tentang produk, layanan, dan perusahaan yang diperoleh melalui pengalaman pelanggan langsung. Citra merek yang baik mempengaruhi pelanggan karena pelanggan merasa puas ketika mereka menggunakannya (Amilia & Nasution, 2017). Citra baik yang melekat dalam diri pelanggan terhadap Maxim Bike menjadi salah satu faktor penting bagi loyalitas pelanggan. Maxim Bike masih harus memperhatikan citra merek perusahaannya karena masih memiliki banyak kekurangan yang harus diperhatikan dan juga diperbaiki. Pelanggan percaya bahwa perusahaan dengan citra merek yang baik akan menawarkan layanan yang memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka (Sarpan et al., 2023). Seseorang akan secara terus-menerus menggunakan suatu layanan yang memenuhi kebutuhannya dan menghasilkan kepuasan melalui kinerjanya.

Berdasarkan indentifikasi dan permasalahan di atas maka menarik diteliti lebih lanjut pengaruh kualitas layanan, fasilitas, citra merek terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Green Pramuka City.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah salah satu strategi mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut (Rohaeni & Nisa, 2018), kualitas layanan ialah bentuk pemenuhan kebutuhan pelanggan yang didasari oleh tingkat mutu produk maupun jasa sebanding dengan yang diharapkan kemudian dapat mencukupi keperluan pelanggannya. Perusahaan wajib memperhatikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan. Apabila kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan tidak sesuai dengan harapannya, maka pelanggan enggan untuk loyal terhadap perusahaan tersebut.

Menurut (Saputri, 2019) kualitas layanan dipahami sebagai semua jenis kegiatan layanan yang diterapkan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Pelayanan oleh penyedia jasa berupa kemudahan, kecepatan, keterampilan, dan ketepatan dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan, menurut pandangan (Kotler & Keller, 2016), memiliki lima dimensi, yaitu :

- a) *Reliability* (Kehandalan), yaitu kesanggupan untuk menyetujui layanan sesuai dengan janji, dan memuaskan seperti pemahaman rute perjalanan dan kemampuan berkendara pengemudi.
- b) *Tangibles* (Berwujud), yaitu, mencakup fasilitas fisik perlengkapan berkendara, kondisi kendaraan, media interaksi komunikasi dan performa pegawai.
- c) *Responsiveness* (Ketanggapan), yaitu menyediakan layanan dengan cepat, tepat

waktu dan komunikasi dengan pelanggan dengan ramah.

d) *Assurance* (Jaminan), yaitu mencakup kompetensi, sikap sopan, dan keandalan dari para pekerja agar menciptakan rasa aman dan menanamkan kepercayaan bagi pelanggannya.

e) *Empathy* (Empati), yaitu kemudahan dalam membangun hubungan, komunikasi efektif, memberikan perhatian tulus dan memahami kebutuhan individu dari setiap pelanggan.

Fasilitas

Fasilitas adalah segala hal yang disediakan oleh penyedia secara sengaja yang bertujuan untuk dipakai dan dinikmati oleh pelanggan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelanggan agar tercipta kepuasan maksimal. Fasilitas mencakup segala sesuatu yang dapat mempermudah pelanggan guna memperoleh manfaat dari layanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa (Tjiptono, (2015) dalam Hudzaifah et al., 2023). Menurut Nirwana (2014) dalam (Mahendra, 2020) terdapat beberapa dimensi fasilitas yang perlu diperhatikan yaitu 1) desain, 2) nilai fungsi, 3) Estetika, 4) Kondisi yang mendukung, dan 5) peralatan penunjang.

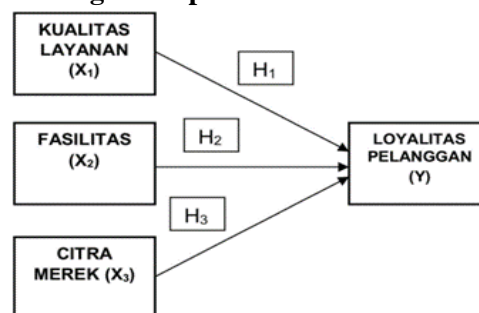
Citra Merek

Citra merek (*brand image*) merupakan suatu bentuk kepercayaan pelanggan terhadap merek tertentu, sehingga asosiasi merek yang telah terbentuk tetap berada dalam benak pelanggan. Citra merek juga dapat didefinisikan sebagai gambaran dari segala pandangan terhadap suatu merek yang ada melalui informasi dan pengalaman pelanggan dengan merek tertentu (Chalil, R. D., et al 2020). Citra merek yang dibangun dapat menjadi identitas (ciri khas pembeda) dan cerminan dari visi, keunggulan, standart kualitas, pelayanan dan komitmen dari produsen atau pelaku usaha. Xian and Gou lie (2011) dalam Savira et al., (2022) menyatakan bahwa dimensi citra merek terdiri dari 3 (tiga) komponen

yaitu 1) Citra pembuat; 2) Citra pemakai dan 3) Citra produk.

Keberhasilan perusahaan membentuk citra merek di masyarakat, dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya sejarah perusahaan, kelengkapan sarana dan prasarana, dan keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Perusahaan yang mampu membangun citra yang positif dapat meningkatkan loyalitas konsumen (Chalil, R. D., et al 2020) .

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2023)

Hipotesis

H_{a1} : Terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

H_{a2} : Terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.

H_{a3} : Terdapat pengaruh signifikan antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan.

3. METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu metode yang lebih banyak memakai angka. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang meliputi teori, hipotesis, serta pemilihan subjek penelitian, yang didukung dengan pencarian data dan analisis data sebelum menentukan keputusan.

Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini ialah variabel kualitas layanan (X₁), fasilitas (X₂), dan citra merek(X₃). Sedangkan

variabel terikat/dependen (Y) yaitu variabel loyalitas pelanggan.

Objek penelitian dalam penelitian ini merupakan masyarakat di lingkungan Green Pramuka City yang menggunakan layanan Maxim Bike. Pemilihan sampel secara *convenience sampling* dimana sampel dipilih berdasarkan kenyamanan dan ketersediaannya menjadi bagian dari sampel sebanyak 155 responden,

Terdapat dua jenis data dipakai dalam penelitian ini yaitu data sekunder melalui studi pustaka dan data primer yang dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner (dalam skala *Likert*) yang dibagikan kepada responden pengguna layanan Maxim Bike yang dilakukan satu kali tanpa ada uji coba pendahuluan.

Analisis data dengan *Structural Equation Model* (SEM) dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program komputer SmartPLS 4. Analisis SEM menerapkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} : Loyalitas pelanggan

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien variabel independen

X_{1it} : Kualitas layanan

X_{2it} : Fasilitas

X_{3it} : Citra merek

e_{it} : Error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transportasi Online Maxim

Maxim merupakan perusahaan teknologi yang menyediakan layanan transportasi online. Selain itu, mereka juga menawarkan berbagai layanan lainnya seperti pengantaran makanan, barang, pengiriman kargo, dan lain-lain. Maxim didirikan pada tahun 2003 oleh Maxim Belonogov, perusahaan ini berbasis di Kota Chardinsk, yang terletak di Pegunungan Ural, Rusia.

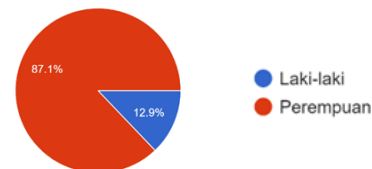
Maxim telah menjalankan bisnisnya di Indonesia dari tahun 2018 di bawah PT. Teknologi Perdana Indonesia. Perusahaan Maxim sudah ada di

beberapa kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Bali, Batam, Pontianak, Samarinda, Solo, Madiun, Mojokerto, Magelang, Semarang, dan lain-lain.

Maxim sebagai jasa transportasi Online di Indonesia bekerja sama dengan PT. Jasa Raharja pada tahun 2021 dengan menyediakan perlindungan dasar risiko kecelakaan lalu lintas bagi pelanggan layanan Maxim. Di tahun yang sama, Maxim berkolaborasi dengan Yayasan Pengemudi Selamat Sejahtera Indonesia (YPSSI) untuk mengenalkan yayasan pemberi bantuan sosial. Yayasan ini fokus pada memberikan bantuan dan santunan kepada mitra pengemudi dan penumpang layanan Maxim yang mengalami kecelakaan selama menggunakan layanan Maxim. Tujuannya adalah memberikan dukungan dan amal kepada mereka yang mengalami situasi sulit akibat kecelakaan dalam perjalanan menggunakan layanan Maxim.

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini data responden yang diamati adalah jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.



Gambar 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data diolah, 2023

Dari 155 responden yang diteliti (Gambar 1), laki-laki sebanyak 20 orang (12,9%) dan perempuan sebanyak 135 orang (87,1%), serta mayoritas responden berada pada usia 19-30 tahun (Tabel 1) yaitu sebanyak 72 orang (46,5%).

Tabel 1. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent
< 19 tahun	40	25,8
19-30 tahun	72	46,5
31-50 tahun	33	21,3
> 50 tahun	10	6,5
Total	155	100,0

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan pekerjaan, responden terbanyak berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yaitu 75 orang (48,4%), dan diikuti profesi sebagai pegawai/karyawan sebanyak 48 orang (31%). Wirausaha sebanyak 9 orang (5,8%) dan Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 23 orang (14,8%).

Analisis Hasil Pengolahan Data Penelitian

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program aplikasi. *SmartPLS 4*, dan *Structural Equation Model (SEM)* dipilih sebagai metode untuk menganalisis data penelitian. yang terdiri dari *outer model* dan *inner model*.

Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Convergent Validity

Convergent validity merupakan nilai *loading factor* pada variabel laten beserta indikatornya menggunakan batas *loading factor* sebesar 0.70. Suatu indikator dinyatakan memenuhi nilai *convergent validity* dan memiliki tingkat validitas tinggi saat nilai *outer loading* > 0.70.



Gambar 3. Hasil Pengolahan Data Awal
Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

Variabel kualitas layanan pada Tabel 2 berikut terdapat 2 indikator yang tidak valid yaitu indikator KL8 dan KL9. Variabel fasilitas terdapat 4 indikator yang tidak valid yaitu F1, F7, F8, dan F9. Variabel citra merek semua instrument valid. Variabel loyalitas pelanggan

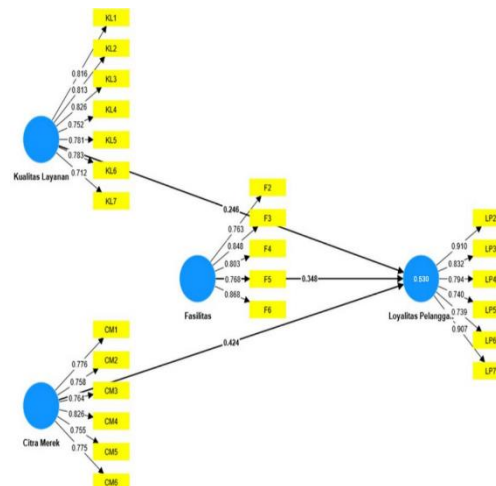
terdapat 1 indikator yang tidak valid yaitu LP1.

Tabel 2. Hasil Loading Faktor

	Citra Merek	Fasilitas	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
CM1	0.762			
CM2	0.741			
CM3	0.748			
CM4	0.836			
CM5	0.776			
CM6	0.794			
F1		0.587		
F2		0.646		
F3		0.749		
F4		0.696		
F5		0.687		
F6		0.755		
F7		0.619		
F8		0.661		
F9		0.602		
KL1			0.789	
KL2			0.789	
KL3			0.776	
KL4			0.727	
KL5			0.760	
KL6			0.746	
KL7			0.673	
KL8			0.574	
KL9			0.567	
LP1				0.577
LP2				0.906
LP3				0.820
LP4				0.770
LP5				0.716
LP6				0.723
LP7				0.905

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

Agar memenuhi syarat *convergent validity*, maka dilakukan pengolahan data selanjutnya yaitu dengan mengeliminasi atau menghapus indikator tidak valid dari model.



Gambar 4. Hasil Pengeliminasian Data
Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

Setelah pengeliminasian indikator dari model diperoleh nilai *outer loading* semua indikator sudah berada di atas 0.70, sehingga dapat dikatakan sudah memenuhi syarat *convergent validity*.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk variabel dalam model laten memiliki perbedaan yang jelas dengan variabel lainnya (Henseler et al., 2015). Untuk mengevaluasi *discriminant validity* peneliti mempertimbangkan *factor cross-loadings* dan *fornell-larcker criterion*. Standar nilai *cross loading* yang digunakan setiap variabel harus lebih besar dari 0.7.

Tabel 3. Hasil Uji Cross Loading

	Citra Merek	Fasilitas	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
CM1	0.776	0.320	0.147	0.502
CM2	0.758	0.141	0.108	0.414
CM3	0.764	0.251	0.102	0.464
CM4	0.826	0.188	0.254	0.491
CM5	0.755	0.169	0.160	0.380
CM6	0.775	0.158	0.206	0.371
F2	0.098	0.763	0.293	0.414
F3	0.225	0.848	0.236	0.426
F4	0.222	0.803	0.265	0.437
F5	0.294	0.768	0.228	0.429
F6	0.250	0.868	0.269	0.481
KL1	0.127	0.301	0.816	0.387
KL2	0.152	0.296	0.813	0.333
KL3	0.219	0.325	0.826	0.384
KL4	0.219	0.243	0.752	0.356
KL5	0.147	0.215	0.781	0.357
KL6	0.203	0.158	0.783	0.365
KL7	0.040	0.186	0.712	0.216
LP2	0.519	0.506	0.334	0.910
LP3	0.465	0.406	0.389	0.832
LP4	0.463	0.336	0.348	0.794
LP5	0.405	0.444	0.352	0.740
LP6	0.431	0.444	0.441	0.739
LP7	0.521	0.513	0.342	0.907

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

Hasil pengolahan data Tabel 3 ditemukan bahwa indikator dari konstruk citra merek, fasilitas, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan telah memenuhi kriteria yaitu nilai *cross loading* dari setiap indikator terhadap konstraknya sudah lebih besar dibanding indikator terhadap konstruk lain, artinya masing-masing indikator valid dan sudah lolos tahap *discriminant validity*.

Dalam analisis *Fornell Larcker Criterion*, nilai hubungan variabel dengan variabel itu sendiri harus lebih besar daripada hubungan variabel dengan variabel lain.

Tabel 4. Nilai Fornel-Larcker Criterion

	Citra Merek	Fasilitas	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
Citra Merek	0.776			
Fasilitas	0.270	0.811		
Kualitas Layanan	0.210	0.318	0.784	
Loyalitas Pelanggan	0.570	0.541	0.445	0.823

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

Dari Tabel 4 di atas, hubungan antara suatu variabel dengan variabel itu sendiri nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai yang terbentuk dari hubungan variabel tersebut dengan variabel lain. Berdasarkan hasil *Fornell-Larcker Criterion* menunjukkan nilai terendah ialah citra merek sebesar 0,776 serta nilai terbesar ialah loyalitas pelanggan sebesar 0.823. Indikator variabel penelitian ini sudah memenuhi syarat *discriminant validity*, sehingga indikator variabel tersebut dapat dikatakan valid dan dapat diterima.

Pengujian *discriminant validity* dapat juga memperhatikan nilai dari Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Henseler et al., (2015) menganjurkan bahwa nilai HTMT < 0,90 sangat baik.

Tabel 5. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Citra Merek	Fasilitas	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
Citra Merek				
Fasilitas	0.305			
Kualitas Layanan	0.233	0.356		
Loyalitas Pelanggan	0.635	0.607	0.488	

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

Pada Tabel 5 di atas, nilai HTMT semua variabel lebih kecil dari 0.9 sehingga model penelitian yang sudah dipaparkan dari keempat variabel di atas terbukti memenuhi kriteria validitas diskriminan antara dua konstruk.

c. Construct Reliability

Uji *construct reliability* adalah validitas alat ukur yang menunjukkan tingkat kestabilan dalam mengukur suatu keadaan (Sugiyono, 2019). Jika kuesioner reliabel atau handal terhadap pernyataan maka jawaban seseorang ialah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 6. Hasil Construct Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average Variance Extracted (AVE)
Citra Merek	0.868	0.874	0.901	0.602
Fasilitas	0.869	0.872	0.906	0.658
Kualitas Layanan	0.896	0.902	0.918	0.615
Loyalitas Pelanggan	0.903	0.908	0.926	0.678

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

a.) *Cronbach's Alpha*

Suatu variabel dinyatakan teruji atau reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0.7. berdasarkan data yang telah diolah, hasil *cronbach's alpha* pada Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

b.) *Composite Reliability*

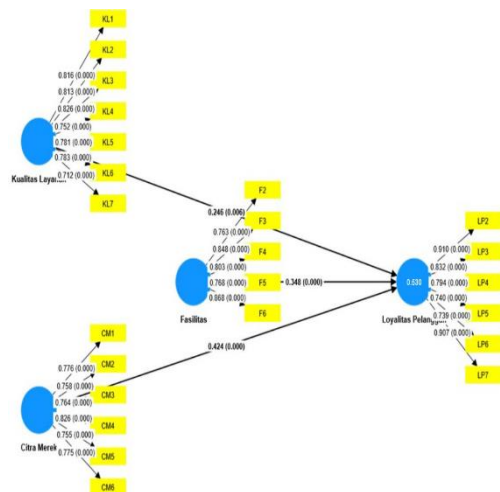
Suatu variabel diakui teruji atau reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* di atas 0.7. berdasarkan data yang telah diolah, hasil *composite reliability* pada Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

c.) *Average Variance Extracted (AVE)*

Suatu variabel dinyatakan teruji atau reliabel apabila memiliki nilai *AVE* minimal 0.5. Berdasarkan data yang telah digarap, hasil *AVE* pada Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Uji Model Struktural (Inner Model)

a. Model SmartPLS



Gambar 5. Hasil Gabungan Outer dan Inner Model

Sumber : Hasil Pengolahan data SmartPLS 4, 2023

b. R-Square

Nilai pada R-Square dicantumkan untuk melihat bagaimana besar dampak dari variabel laten bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Hasil Uji R-Square

	R-Square	R-Square adjusted
Loyalitas Pelanggan	0.539	0.530

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

Berdasarkan Tabel 7 dapat disimpulkan nilai R-Square adjusted untuk variabel laten loyalitas pelanggan sebesar 0.530 yang menunjukkan variabel kualitas layanan, fasilitas, dan citra merek memiliki dampak sebesar 0.530 atau setara dengan 53.0%, sedangkan 47.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.

c. *Effect Size (F-Square)*

Nilai F-Square berkisar antara $0.02 \leq F^2 < 0.15$ yang mengindikasi bahwa variabel berpengaruh lemah, $0.15 \leq F^2 < 0.35$ yang mengindikasi bahwa variabel berpengaruh sedang, dan $F^2 \geq 0.35$ variabel berpengaruh tinggi. Berdasarkan hasil penelitian, variabel citra merek berpengaruh tinggi terhadap loyalitas pelanggan, variabel fasilitas berpengaruh sedang terhadap loyalitas pelanggan, dan variabel kualitas layanan berpengaruh lemah terhadap loyalitas pelanggan. (Lihat Tabel 8).

Tabel 8. Hasil Uji F-Square

	F-Square	Tingkat Pengaruh
Citra Merek → Loyalitas Pelanggan	0.356	Tinggi
Fasilitas → Loyalitas Pelanggan	0.225	Sedang
Kualitas Layanan → Loyalitas Pelanggan	0.116	Lemah

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan proses *bootstrapping*, dan pengambilan keputusan hipotesis ditolak atau diterima dilihat melalui nilai hasil *p-values* dan *t-statistic*. Jika nilai *t-statistic* lebih dari t-tabel (1.96) atau nilai *t-statistic* > t-tabel (1.96) dan *p values* lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ (5%) atau *p-values* < 0.05 maka variabel tersebut menggambarkan pengaruh dari hubungan antar variabel dan dianggap signifikan.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

	Original sample	Sample mean	Standard deviation	T statistics	P values
Citra Merek → Loyalitas Pelanggan	0.424	0.423	0.076	5.572	0.000
Fasilitas → Loyalitas Pelanggan	0.348	0.345	0.083	4.214	0.000
Kualitas Layanan → Loyalitas Pelanggan	0.246	0.252	0.090	2.727	0.006

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4, 2023

Hasil pengolahan data dengan SmartPLS (Tabel 9) untuk pengujian hipotesis berdasarkan nilai *t-statistic* dan *p-value*, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) H_{a1} diterima dengan nilai *t-statistic* (2.727) lebih besar dari t-tabel (1.96) dan nilai *p-value* sebesar 0.006 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ artinya kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- 2) H_{a2} diterima dengan nilai *t-statistic* (4.214) lebih besar dari t-tabel (1.96) dan nilai *p-value* sebesar 0.000 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ artinya fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- 3) H_{a3} diterima dengan nilai *t-statistic* (5.572) lebih besar dari t-tabel (1.96) dan nilai *p-value* sebesar 0.000 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ artinya citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

e. Goodness of Fit (GoF)

Nilai GoF didapatkan dengan mengambil akar kuadrat dari rata-rata *communalities index* dan mengalikannya dengan nilai rata-rata *R-Square*. Menurut Tenenhaus (2004) dalam (Hussein, 2015), nilai GoF terbentang antara 0 sd 1 dengan interpretasi nilai 0.00 - 0.24 (GoF kecil), 0.25 - 0.37 (GoF moderat), dan 0.38 - 1 (GoF besar). Perhitungan nilai GoF dapat dilihat di bawah ini:

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

$$GoF = \sqrt{0.63825 \times 0.539}$$

$$GoF = 0.581$$

Berdasarkan hasil dari rumus di atas, diperoleh nilai GoF sebesar 0.581. Hal ini menunjukkan nilai GoF berada di kategori tinggi karena $GoF \geq 0.38$.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 9 Uji Hipotesis, maka persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = 0.246X_1 + 0.348X_2 + 0.424X_3$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai koefisien regresi β_1 dari variabel kualitas layanan (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0.246 bertanda positif, Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel kualitas layanan dan variabel independen lain diasumsikan tetap maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0.246 satuan. Begitu juga sebaliknya.
- 2.) Nilai koefisien regresi β_2 dari variabel fasilitas (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) ialah 0.348. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel fasilitas dan variabel independen lain diasumsikan tetap maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0.348 satuan. Begitu juga sebaliknya
- 3.) Nilai koefisien regresi β_3 dari variabel citra merek (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) ialah 0.424 Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel citra merek dan variabel independen lain diasumsikan tetap maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0.424 satuan. Begitu juga sebaliknya

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil perhitungan nilai *t-statistic* sebesar 2.727 > 1.96 dan nilai *p-value* sebesar 0.006 < 0.05. disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelayanan yang semakin baik akan semakin loyal pelanggan untuk tetap menggunakan jasa layanan transportasi Maxim Bike.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Algifari & Hasbi, 2021), Sari, (2017) dan Muhammad et al., (2021) menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun berbanding terbalik dengan penelitian Agiesta et al., (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil perhitungan nilai *t*-statistic sebesar $4.214 > 1.96$ dan nilai *p*-value sebesar $0.000 < 0.05$, disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin pelanggan puas dengan fasilitasnya yang diberikan oleh Maxim Bike akan menjadikan pelanggan untuk loyal. Ini menunjukkan bahwa pelayanan Maxim Bike dinilai baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari, (2017) dan (Hardati, 2021) bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun tidak sejalan dengan penelitian (Muhammad et al., 2021) menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil perhitungan nilai *t*-statistic sebesar $5.572 > 1.96$ dan nilai *p*-value sebesar $0.000 < 0.05$. Hasil perhitungan ini menyimpulkan bahwa citra merek memang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Puspita, Lydia, dkk., (2020), dalam penelitiannya menyimpulkan, bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Algifari, M., & Hasbi, I. (2021) dan Herliyansyah, R. (2018) memberikan kesimpulan yang sama bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara statistik dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yang dihipotesiskan yaitu kualitas layanan, fasilitas dan citra merek secara sendiri-sendiri berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1). <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i1.869>
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1).
- Algifari, M., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan Jasa Go-Ride Gojek (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Kota Cilegon). *E-Proceeding of Management*, 8(5).
- Amilia, S., & Nasution, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 6(No. 1).
- Chalil, R. D., et al. (2020). *Brand, Islamic Branding & Re-branding "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global."*

- <https://www.gramedia.com/products/brand-islamic-branding-dan-re-branding-peran-strategi-merek-dalam-menciptakan-daya-saing-industri-dan-bisnis-global-1>
- Fauzyah, S. N., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Amel Pondok Gede Kota Bekasi. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2).
- Hardati, R. . (2021). Pengaruh Kinerja Driver dan Fasilitas Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Gojek Kota Malang). *Administrasi Bisnis*, 15(Vol. 15 No. 1 (2021): PROFIT : Jurnal Administrasi Bisnis), 74–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1). <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Herliyansyah, R. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Go-Jek di Sleman). *Jurnal Universitas Islam Islam Indonesia*.
- Hudzaifah, K. N., Zebua, Y., & Rambe, B. H. (2023). Analysis of Service Quality, Promotion, and Facilities on Customer Satisfaction. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.36555/almana.v7i1.2145>
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smart PLS 3.0, Modul ajar jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis unversitas Brawijaya. *Universitas Brawijaya*, 1.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E). In *Global Edition* (Vol. 15E, Issue 4).
- Mahendra, Y. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pasien di UPT Puskesmas Kutorejo Mojokerto. *Ekonomi Manajemen*, 4(1211600218).
- Muhammad, F., Maskan, S. E., & Bida, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Brotta Suki Dan Bbq-Jakarta Pusat. *Jurna IKRAITH*, 4(1).
- Rohaeni, H., & Nisa, M. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2).
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang Rini Sugiarsih Duki Saputri. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1).
- Sari, L. K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api Ekonomi Dhoho. *Simki-Economic*, 1(6).
- Sarpan, et . al. (2023). Pengaruh Citra Toko, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Buku Gramedia Matraman. *Mitra Manajemen*, 14, No.2, 11–22. <https://journal.universitassuryadarm a.ac.id/index.php/jmm/article/view/1096>
- Savira, F., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2022). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen Produk Celana Jeans Levi's di Factory Outlet Mall Of Indonesia. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(1). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2473>
- Sugiyono. (2019). Definisi dan Operasional Variabel Penelitian. In *Definisi dan Operasional Variabel Penelitian*.

BUKTI DUKUNG SKP 2023

Publikasi Ilmiah

ARTIKEL PENGABDIAN MASYARAKAT

(Genap 2022/2023 dan Gasal 2023/2024)



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

Sekretariat: Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat 10340, Indonesia

Telepon : 021-3926000, Ext. 6902 / 2581

Website: <http://p3mupi.yai.ac.id> Email : lppm@upi-yai.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor. 94/LPPM UPI YAI/VII/2022

Memperhatikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema “**PEMBERDAYAAN USAHA PERTANIAN, PETERNAKAN, PERIKANAN & UMKM KEL. PRINGKASAP, KEC. PABUARAN, KAB. SUBANG**”, yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Persada Indonesia Y.A.I, dengan ini Direktur LPPM UPI Y.A.I **menugaskan nama Dosen UPI Y.A.I dalam lampiran ini** untuk mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai **Narasumber**, yang dilaksanakan pada :

Tanggal : 14 Juli – 04 Agustus 2022

Jenis Kegiatan : Penyuluhan

Waktu : 09.00 s/d 15.00 WIB

Tempat : Aula Kantor Desa Pringkasap Pabuaran Subang Jawa Barat.

Demikian surat tugas ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 13 Juli 2022

Direktur LPPM Universitas Persada Indonesia Y.A.I

(Dr. Sularso Budilaksono, MKom)

Tembusan Yth :

1. Rektor Universitas Persada Indonesia Y.A.I (Sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPI Y.A.I
3. Dekan Fakultas Psikologi UPI Y.A.I
4. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I
4. Dekan Fakultas Teknik UPI Y.A.I
5. Yang bersangkutan untuk dilaksanakan

LAMPIRAN :

Surat Tugas. Nomor : 94/LPPM UPI YAI/VII/2022. Tertanggal. 13 Juli 2022

**Nama Dosen Universitas Persada Indonesia Y.A.I
yang mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat
Di Desa Pringkasap Kecamatan Pabuaran Kabupaten Subang**

TOPIK DAN TIM ABDIMAS :

- **Tim 1**
TOPIK. *“Pengenalan Teknologi, Aplikasi Komputer dan Android untuk Pemasaran Hasil Peternakan, Perikanan dan UMKM Desa”*.
Ketua : Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom.
Anggota :
 1. Dr. Ahmad M. Thantawi, ST., M.MSI.
 2. Dr. Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M.
 3. Dr. Euis Puspita Dewi, ST., M.Si.
 4. Dr. Rilla Sovitriana, S.Psi., M.Psi.
 5. Supradaka, S.Pd., M.Pd.
 6. Maharani Imran, S.Sos., M.Si.

- **Tim 2**
TOPIK. *“Pengelolaan Sampah yang Inovatif untuk Meningkatkan Ekonomi dan Kesejahteraan Keluarga”*.
Ketua : Dr. Fitri Suryani, MT.
Anggota :
 1. Dr. Anizar Rahayu, M.Si., Psikolog
 2. Dra. Nur Idaman, M,Si.
 3. Sri Sintawati, M.Si.
 4. Andika Yuniyanto, S.Kom., M.Si.

- **Tim 3**
TOPIK. *“Komunikasi Pemasaran (Media Sosial, Kreativitas Konten, Engagement, Event Management)”*.
Ketua : Dr. Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, M.Si
Anggota :
 1. Dr. Ahmad M. Thantawi, ST., M.MSI
 2. Velantin Valiant, S.Sos, M.I.Kom
 3. Woro Harkandi Kencana, S.Sos, M.I.Kom
 4. Rinaldi, Ir., M.M.
 5. Khina Januar Rahmawati, S.I.Kom, M.M, M.I.Kom
 6. Meisyanti, S.I.Kom, M.I.Kom

- **Tim 4**
TOPIK. *“Manajemen Usaha Pertanian, Peternakan, dan UMKM Desa”*.
Ketua : Maharani Imran, S.Sos., M.Si
Anggota :
 1. Dr. Ir. Eka Rakhmat Kabul, M.Sc.
 2. **Bidasari S.P., M.Si.**
 3. Dr. Shafenti SE., MM.
 4. Rinaldi, Ir., M.M.
 5. Nur Wahyuni, Dra., M.M.
 6. Mahzumi, S.E., M.M., Ak, CA.

LAMPIRAN :

Surat Tugas. Nomor : 94/LPPM UPI YAI/VII/2022. Tertanggal. 13 Juli 2022

**Nama Dosen Universitas Persada Indonesia Y.A.I
yang mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat
Di Desa Pringkasap Kecamatan Pabuaran Kabupaten Subang**

- **Tim 5**
TOPIK. *“Pemberdayaan dan Sosialisasi pengembangan usaha desa wisata berbasis potensi desa”*.
Ketua : Dr. Farida, SE.,MM
Anggota :
 1. Estu Mahanani, SP., MM.
 2. Dr. Marhalinda, SE., MM.
 3. Dr. Nana Tresnawati, SE., MM.
 4. Dr. Lidia Djuardi, S.Ds., M.Ikom
 5. Dr. Rahayu Endang, S. Sos., MM.

- **Tim 7**
TOPIK. *“Pengembangan Usaha Desa Berbasis KUBE, Koperasi dan IKM untuk meningkatkan Daya Saing di desa Prinkasap, Pabuaran, Subang Jawa Barat ”*.
Ketua : Prof. Dr. Ir. Nandan Limakrisna, MM
Anggota :
 1. Prof. Dr. Ir. Yudi Yulius, MBA.
 2. Dr. Abdullah Muksin, S.Pd., MM.
 3. Dr. Ruwaida, S.Sos, MM.
 4. Rinaldi Syarif, SE, MM.
 5. Merry Wanialisa, SE., MM.

- **Tim 8**
TOPIK. *“Pembangunan Sarana Prasarana dan Pemberdayaan Usaha Desa Berbasis Proposal Program Bantuan Pemerintah dan CSR Perusahaan”*.
Ketua : Dr. Nurlaelah, ST, MT
Anggota :
 1. Dr. Arman Jayady, ST.,MT.
 2. Anika Gunasih, S.I.Kom.,M.M.,M.I.Kom.
 3. Ir. Susi Wagiyati, S.Kom.,M.M.S.I.
 4. Dr. Dra. Sondang Maria J Silaen, M.Psi.

- **Tim 9**
TOPIK. *“Model pengelolaan keuangan dana Desa dengan pendekatan akuntansi sektor publik”*.
Ketua : Dr. Ir. Venus F Firdaus, M.M
Anggota :
 1. Drs.Mohammad Iman Nugroho, Ak, M. Ak, CA
 2. Amdani, S.E, M.M
 3. Dr. Roosdiana,S.E, M.M,CA
 4. Ita Reinita Hadari, S.H, M.H
 5. Sumari,S.E, M.M

Vol 6 No 1 Maret 2023
ISSN 2654 - 5721
E-ISSN 2654 - 7546

Ikra-ith Abdimas



UPI YAI

ABDIMAS

Universitas Persada Indonesia YAI

[Current](#)[Archives](#)[About](#)[Search](#)[Home](#) / [Editorial Team](#)

Reviewer

Prof.Dr.Ir.Agus Djoko Santosa, SU (<https://scholar.google.co.id/citations?user=bEzmLN8AAAAJ&hl=id>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6028335&view=overview>)

Dr. Sularso Budilaksono.MKom (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=vj4pbeUAAAAJ>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6006412&view=overview>)

Dr. Kuncono Teguh Yuniarto, Spsi. Mpsi. (<https://scholar.google.co.id/citations?user=HUsLDJMAAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6159740&view=overview>)

Dr. Hadi Sutopo, MMSI (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=bKLoZpsAAAAJ>)

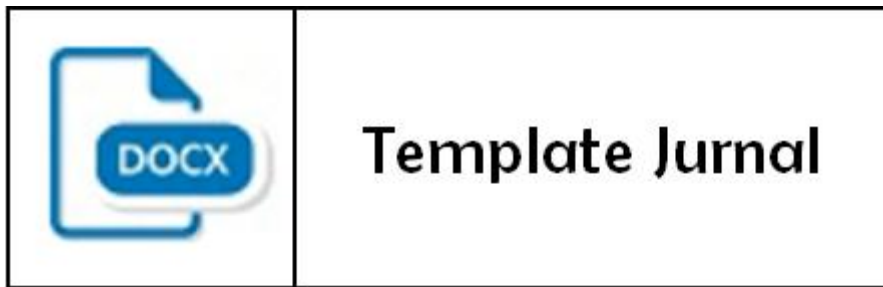
Chief in Editor

Dr. Rilla Sovitriana, Spsi. MPsi (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=LOkYswoAAAAJ>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6139565&view=overview>)

Editor

Dr. Dewi Lestari

Sarpan, SAg. MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=MU7S560AAAAJ&hl=en>)
(<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6701791&view=overview>)



EDITORIAL TEAM
AUTHOR GUIDELINES
FOCUS & SCOPES
PUBLICATION ETHICS
ARTICLE TEMPLATE

Akreditasi Jurnal



[Current](#)[Archives](#)[About](#)[Search](#)[Home](#) / [Archives](#) / Vol 6 No 1 (2023): IKRAITH-ABDIMAS Vol 6 No 1 Maret 2023DOI: <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i1>

Published: 2022-11-08

Articles

Vaksinasi Kolaborasi Universitas Budi Luhur, Asbisindo, OJK Dan RSUD Pesanggrahan Dalam Mengejar Herd Immunity

Wiwin Windihastuty, Wendi Usino, Goenawan Brotosaputro, Bullion Dragon
1-8[PDF](#)

Upaya Peningkatan IPM Dari Sisi Pendidikan Pada Masyarakat Johar Baru Jakarta Pusat

Indri Arrafi Juliannisa, MB Nani Ariani, Tri Siswantini
9-18[PDF](#)

Pelatihan Desain Motif Dengan Teknik Celup Ikat (Tie Dye Technique) Dalam Upaya Meningkatkan Keterampilan Dan Kreativitas

Endang Tjahjaningsih, Dewi Handayani Utari Ningsih RS, Achmad Badjuri, Alya Takwarina Cahyani
19-23

 PDF

Penyuluhan Manajemen, Komunikasi Digital, dan Branding Usaha Pertanian, Peternakan, dan UMKM Desa Pringkasap Kabupaten Subang

Maharani Imran, Eka Rakhmat Kabul, Bida Sari, Shafenti Shafenti, Nur Wahyuni, Mahzumi Mahzumi, Rinaldi Rinaldi
24-31

 PDF

Peningkatan Kemampuan Konseling Virtual Dengan Metode Asset-Based Community Development (ABCD) Di Pondok Pesantren Annida

Agus Pamuji, Rina Rindanah
32-37

 PDF

Pelatihan Manajemen Keuangan Sebagai Peningkatan Daya saing bagi Pelaku Usaha Mikro di Kelurahan Sampangan

Purwatiningtyas Purwatiningtyas, Retnowati Retnowati, Sri Mulyani, Askar Yunianto
38-46

 PDF

Integrated Marketing Communication [IMC] Desa Wisata Wonolopo Dalam Upaya Publikasi Ikonik “Kampoeng Jamu”

Imam Husni Al Amin, Edy Winarno, Budi Hartono, Dwi Budi Santoso
47-52

 PDF

Laporan Keuangan Mudah dengan Si APIK bagi UMKM

Maryati Rahayu, Bida Sari, Nastiti Edi Utami, Jayanti Apri Emarawati
53-61

 PDF

Pintar dan Kreatif Memanfaatkan Teknologi Digital untuk Pengembangan Desa Wisata

Dian Harmaningsih, Susi Yunarti, Siti Komsiah, Wijayanti Wijayanti
62-69

 PDF

Penyuluhan Manajemen, Komunikasi Digital, dan *Branding* Usaha Pertanian, Peternakan, dan UMKM Desa Pringkasap Kabupaten Subang

Maharani Imran¹, Eka Rakhmat Kabul², Bida Sari³, Shafenti⁴, Nur Wahyuni⁵,
Mahzumi⁶, Rinaldi⁷

Universitas Persada Indonesia YAI¹²³⁴⁵⁷, Akademi Akuntansi YAI⁶

E-mail: maharaniimran@gmail.com¹, eka.rakhmat@upi-yai.ac.id²,
saribida73@gmail.com³, shafenti@gmail.com⁴, nwyuni0804@gmail.com⁵,
mahzumi.syafri@gmail.com⁶, rinaldinnan@gmail.com⁷

ABSTRAK

Pengetahuan dan pemahaman mengenai manajemen agribisnis dan pemanfaatan teknologi komunikasi digital sangat diperlukan dibidang pertanian dan UMKM desa. Berbagai cara dapat dilakukan untuk memberdayakan petani dan pelaku UMKM, dosen-dosen Universitas Persada Indonesia YAI melakukan penyuluhan mengenai manajemen agribisnis, komunikasi digital, dan branding agar petani dan pelaku UMKM memiliki kemampuan memperluas usaha hingga ke pasar lokal, nasional, atau internasional. Petani dan pelaku UMKM diberikan motivasi untuk menggunakan media komunikasi digital seperti media sosial, website, aplikasi *smart phone* dan lain-lain. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa penyuluhan kepada 31 petani, dan pelaku UMKM di Desa Pringkasap Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Adapun hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah adanya peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya manajemen agribisnis, komunikasi digital, dan branding dalam mengkomunikasikan produk serta merek secara berkelanjutan. Saran dari hasil kegiatan ini adalah perlunya pelatihan lanjutan mengenai manajemen agribisnis, komunikasi digital, dan branding tidak hanya menggunakan metode penyuluhan namun juga dengan metode simulasi dengan menggunakan bahan dan alat yang lengkap dan dapat diaplikasikan langsung di lokasi usaha, pelaku usaha perlu diberikan simulasi dalam menggunakan aplikasi komputer dan *smart phone* dan diperlukan pembentukan forum khusus pengembangan usaha.

Kata kunci : *Pengabdian masyarakat, UMKM, manajemen agribisnis, komunikasi digital, dan branding.*

ABSTRACT

Knowledge and understanding of agricultural management and the use of digital communication technology are essential in agriculture and village MSMEs. Lecturers from the University of Persada Indonesia YAI conduct training on agricultural management, digital communication, and branding to enable farmers and MSME stakeholders to expand their business to local, national, or international markets. Farmers and MSME actors are motivated to use digital communication media such as social media, websites, smartphone applications and others. The method used in this community service activity is to provide extension services to 31 farmers and MSME actors in Pringkasap village, Pabuaran district, Subang regency, West Java province, Indonesia. The result of this community service activity is an increase in knowledge about the importance of agricultural management, digital communication, and branding for sustainable communication of products and brands. The results of this activity indicate that further training on agricultural management, digital communication, and branding is needed, not only with the extension method, but also with the simulation method using complete materials and tools that can be applied directly at the business site. MSME actors need to be trained in the use of computer and smartphone applications, and it is necessary to establish a special forum for business development.

Keywords: *Community service, MSMEs, agricultural management, digital communications, and branding.*

1. PENDAHULUAN

Selama ini petani sebagai unit agribisnis terkecil belum mampu

mencapai nilai tambah yang wajar berdasarkan skala pertanian secara terintegrasi. Melalui metode pengelolaan

terintegrasi maka dipandang perlu untuk melakukan pengelolaan, pengendalian dan pengembangan sistem agribisnis berupa manajemen agribisnis.

Di era digital ini, kehadiran teknologi telah mengubah semua tatanan kehidupan termasuk pertanian, peternakan, dan UMKM desa. Petani, peternak, dan pelaku UMKM dituntut untuk melakukan transformasi digital agar dapat melakukan pemasaran dan tidak tergerus oleh perkembangan teknologi, namun hingga saat ini masih banyak petani, peternak, dan pelaku UMKM yang belum melakukan transformasi digital. Masyarakat sudah terbiasa menggunakan *smart phone* atau teknologi lainnya, namun masih sedikit petani, peternak, dan UMKM desa yang memanfaatkan secara maksimal komunikasi digital untuk mengembangkan usahanya.

Desa Pringkasap terletak di Kecamatan Pabuaran Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat merupakan daerah penghasil beras. Para narasumber tertarik untuk melakukan penyuluhan manajemen agribisnis, komunikasi digital, dan branding di desa ini untuk memberdayakan petani, peternak, dan UMKM Desa Pringkasap dengan harapan produk atau jasa yang dihasilkan dan akan dipasarkan dapat berkembang dan diterima di pasar lokal, nasional, dan internasional.

2. PERMASALAHAN

Permasalahan yang dialami oleh petani, peternak dan UMKM desa diantaranya:

- a. Petani di daerah sentra-sentra agribisnis hanya menikmati nilai tambah dari subsistem *on farm* agribisnis yang relatif kecil. Nilai tambah yang paling besar, dinikmati oleh para pedagang atau pengusaha luar daerah. Pendapatan petani tetap rendah dan ekonomi daerah sentra-sentra agribisnis kurang berkembang.
- b. Masih minimnya kesadaran petani, peternak, dan pelaku UMKM desa

untuk melakukan komunikasi digital terhadap produk yang dihasilkan.

- c. Masih minimnya kesadaran petani, peternak, dan pelaku UMKM desa mengenai *branding* merek usaha. Umumnya mereka beroperasi sekedar untuk mendapatkan omset dan kurang memikirkan investasi jangka panjang untuk membangun brand.
- d. Masih jarang institusi atau perusahaan yang memberikan penyuluhan mengenai manajemen, komunikasi digital, dan *branding* kepada para petani, peternak dan pelaku UMK di Desa Pringkasap.

3. METODOLOGI

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa penyuluhan manajemen dan komunikasi digital yang diselenggarakan di aula kantor Kepala Desa Pringkasap Kecamatan Pabuaran Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat pada tanggal 21 Juli 2022 menggunakan metode penyuluhan dan tanya jawab kepada 31 peserta yang berprofesi sebagai petani, peternak, dan pelaku UMKM. Mashur (2021) menjelaskan, metode penyuluhan merupakan pendekatan dasar untuk melakukan pendekatan, mendorong, dan mempengaruhi masyarakat, petani, atau peternak untuk belajar. Penyuluhan adalah suatu sistem pendidikan luar sekolah yang ditujukan kepada sasaran penyuluhan. Proses Pendidikan terjadi karena adanya komunikasi dua arah antara penyuluh sebagai sumber informasi dengan masyarakat sebagai sasaran penyuluhan dan sebaliknya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Pringkasap dilakukan dengan beberapa tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan luaran karya ilmiah:

a. Perencanaan Penyuluhan

Tim dosen pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat melakukan observasi ke lokasi abdimas dan

melakukan perkenalan. lalu menentukan perumusan masalah, setelah itu tim melihat tema pelatihan apa saja yang dibutuhkan oleh warga desa,

b. Pelaksanaan Penyuluhan

Pada tahap pelaksanaan, tim pelaksana pengabdian masyarakat melakukan beberapa tahap yaitu:

1) Pembukaan Acara dan Perkenalan

Pembukaan acara di lakukan oleh *master of ceremony (MC)* dari salah satu dosen Universitas Persada Indonesia YAI. Lalu seluruh narasumber memperkenalkan diri kepada para peserta penyuluhan yang terdiri dari 31 orang yang berprofesi sebagai petani, peternak, dan pelaku UMKM.



Gambar 1. Pembukaan dan Perkenalan oleh Para Narasumber



Gambar 2. Peserta Kegiatan Penyuluhan yang Berprofesi Sebagai Petani, Peternak, dan Pelaku UMKM Desa



2) Presentasi dari Narasumber

Pada sesi pertama, narasumber memberikan presentasi mengenai manajemen agribisnis.

Agribisnis mencakup semua kegiatan bisnis dan manajemen yang dilakukan oleh perusahaan yang memberikan masukan kepada sektor pertanian, produk hasil pertanian, dan atau proses, pengangkutan, membiayai, menangani atau memasarkan produk pertanian. Agribisnis tidak hanya mencakup mereka yang bertani, tetapi juga orang dan perusahaan yang menyediakan input (misalnya, susu, biji-bijian, daging), yang memproduksi produk makanan (misalnya, es krim, roti, sarapan sereal), dan mengangkut serta menjual produk

makanan ke kekonsumen (misalnya, restoran, supermarket) (Mardia et al., 2021).

Tema yang disampaikan mengenai pengertian, lingkup, fungsi manajemen agribisnis. Narasumber juga menyampaikan indikator-indikator keberhasilan pembangunan agribisnis yaitu meningkatnya kesejahteraan petani, meningkatnya kesempatan kerja, meningkatnya layanan kepada petani, dan meningkatnya ketahanan pangan. Agar manajemen agribisnis berjalan dengan baik maka para pelaku usaha perlu melakukan penyusunan visi dan misi bisnis, rencana komunikasi bisnis dan pemasaran, rencana produksi, rencana keuangan, dan rencana sumber daya.



Gambar 3. Penyuluhan Manajemen Usaha Pertanian, Peternakan, dan UMKM Desa

Pada sesi kedua, narasumber memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya komunikasi digital untuk meningkatkan kesejahteraan petani, peternak, dan pelaku usaha. Komunikasi digital adalah hubungan dua arah antara pemberi pengetahuan dan penerimanya melalui media digital (Pramuditya et al., 2021).

Pemasaran digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi komunikasi digital, tetapi sangat penting

untuk dipikirkan, dipahai, dan termasuk pengelolaan ruang-ruang komunikasi dua arah konsumen. Perusahaan dapat menggunakan platform digital, seperti pencarian Google, media social, email, dan situs web untuk terhubung dengan calon konsumen atau pelanggan (Arianto, 2021).

Narasumber menyampaikan bahwa tidak dapat ditunda lagi petani, peternak, dan UMKM desa sudah saatnya melakukan transformasi digital menggunakan media komunikasi digital untuk mencapai publik, pelanggan, atau konsumen yang luas tanpa dibatasi waktu dan ruang.



Gambar 4. Penyuluhan Komunikasi Digital Usaha Pertanian, Peternakan, dan UMKM Desa

Selanjutnya sesi ketiga, yaitu narasumber memberi pemaparan mengenai *branding* usaha pertanian, peternakan dan pelaku UMKM. Branding merupakan upaya menunjukkan jati diri suatu produk atau jasa (Judisseno, 2019). Brand bukan hanya ikon, pernyataan misi, atau sebuah slogan organisasi semata, melainkan sebuah janji perusahaan yang diberikan kepada konsumen secara eksternal maupun internal. Brand adalah sebuah komitmen dan janji atas merek kepada konsumen agar mereka punya

harapan, keinginan yang dipenuhi oleh merek tersebut sampai akhirnya ia puas dan loyal pada produk yang memiliki merek itu (Prasetyo & Febriani, 2020).

Membangun *brand* bukanlah sekedar menciptakan desain logo yang bagus, *public relations*, promosi produk, namun brand merupakan keseluruhan proses membangun daya saing untuk menghasilkan nilai (*value*) terbaik bagi produk dan kemasan, layanan pelanggan, penjualan, proses bisnis internal, membangun SDM, hingga manajemen keuangan.



Gambar 5. Penyuluhan Branding Usaha Pertanian, Peternakan, dan UMKM Desa

3) Sesi Tanya Jawab

Setelah seluruh narasumber memaparkan presentasinya, seluruh peserta dipersilahkan untuk mengajukan pertanyaan, para peserta secara antusias bertanya dan dijawab baik oleh para narasumber.

4) Pemberian Doorprize dan Penutupan Acara

Setelah sesi tanya jawab berlangsung, maka seluruh peserta yang bertanya diberikan penghargaan berupa *doorprize* lalu foto bersama.



Gambar 6. Sesi Tanya Jawab



Gambar 7. Pembagian Doorprize Bagi Peserta Penyuluhan

5) Pengambilan data survei kepuasan peserta penyuluhan menggunakan kuesioner dan wawancara

Tahap selanjutnya yaitu penyebaran dan pengisian lembar survei kepuasan peserta kegiatan pengabdian masyarakat, para peserta memilih jawaban yang sesuai

dengan pendapat mereka, survei ini dapat menjadi masukan bagi para narasumber untuk lebih mengembangkan ilmunya dan memberikan ilmu yang lebih baik dan menarik untuk para petani, peternak, dan pelaku UMKM.



Gambar 8. Penyebaran dan Pengisian Survei Kepuasan Peserta Kegiatan Abdimas



Gambar 9. Dosen-Dosen Universitas Persada Indonesia YAI Berfoto Bersama Siti Hotimah Kepala Desa Peringkasap



Gambar 10. Dosen-Dosen Universitas Persada Indonesia YAI Berfoto Bersama Deni Hermawan Kepala Urusan kesejahteraan Rakyat (KAUR KESRA) di dalam Kantor Pelayanan Administrasi Terpadu Tingkat Desa (PANTES) Desa Pringkasap

6) Kunjungan ke Salah Satu UMKM Desa

Setelah kegiatan penyuluhan pengabdian masyarakat selesai, tim abdimas melakukan kunjungan ke salah satu UMKM yang telah berjalan di Desa Peringkasap yaitu UMKM Kacang Sangrai dan Rengging Bu Encum.





Gambar 11. Kunjungan ke UMKM Kacang Sangrai dan Rengginang Bu Encum

c. Evaluasi

Para narasumber membaca, mencatat, dan melakukan analisa dari hasil survei yang telah diisi oleh peserta penyuluhan dan narasumber juga mencatat opini-opini peserta secara langsung melalui wawancara. Hasil dari evaluasi ini diolah untuk peningkatan kualitas penyuluhan.

d. Luaran Karya Ilmiah

Kegiatan penyuluhan pengabdian masyarakat di Desa Peringkasap menghasilkan beberapa karya ilmiah yaitu

- Laporan kegiatan pengabdian masyarakat.
- Artikel pengabdian masyarakat yang diterbitkan di jurnal terindeks Sinta.

5. KESIMPULAN

Penyuluhan manajemen agribisnis, komunikasi digital, dan branding kepada para petani, peternak, dan pelaku UMKM berlangsung dengan lancar dan peserta terlihat sangat antusias. Peserta dapat memahami perkembangan manajemen agribisnis, komunikasi digital dan branding hasil usaha yang telah disampaikan oleh seluruh narasumber.

Saran untuk penyuluhan berikutnya adalah untuk memberdayakan petani, peternak, dan UMKM desa, perlu dilakukan penyuluhan lanjutan selain dengan metode penyuluhan juga menggunakan metode workshop dengan menggunakan bahan dan alat yang cukup memadai agar dapat praktek langsung di lokasi. Pelaku usaha perlu diberi keterampilan dalam menggunakan aplikasi komputer dan *smart phone* pendukung usaha, serta diperlukan pembentukan forum khusus pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata*. Gramedia pustaka utama.
- Mardia, M., Nurlina, N., Alam, M. C., Sugiarto, M., Amruddin, A., Putra, D. E., Herawati, M., & Utomo, B. (2021). *Manajemen Agribisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Mashur. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Penyuluhan (Bagi Mahasiswa Peternakan dan Kedokteran Hewan)*. Global Aksara Pers.
- Pramuditya, S. A., Wahyudin, & Nurlaelah, E. (2021). *Kemampuan Komunikasi Digital Matematis*. Media Sains

Indonesia.
Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020).
*Strategi Branding: Teori dan Perspektif
Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas
Brawijaya Press.



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

Sekretariat: Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat 10340, Indonesia

Telepon : 021-3926000, Ext. 6902 / 2581

Website: <http://p3mupi.yai.ac.id> Email : lppm@upi-yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.34/LPPM UPI Y.A.I/III/2023

Memperhatikan : Program Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Persada Indonesia Y.A.I dimana salah satu program kegiatan Dosen UPI Y.A.I Menulis Jurnal Abdimas.

Direktur Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dengan ini memberikan tugas kepada :

NO.	NAMA DOSEN	KETERANGAN
1	Maryati Rahayu, SE, MM	Penulis ke-1
2	Bida Sari, SP, MSi	Penulis ke-2
3	Dra. Nastiti Edi Utami, M.M	Penulis ke-3
4	Jayanti Apri Emarawati, S.H, M.M	Penulis ke-4

Untuk dapat melanjutkan menulis Jurnal Abdimas, **terbit/publish di Jurnal IKRATH-ABDIMAS No.1. Vol.6. Maret 2023. P-ISSN: 2654-5721, E-ISSN: 2654-7546** <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/issue/archive> dengan judul “Laporan Keuangan Mudah dengan Si APIK bagi UMKM”

Demikian surat tugas ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 01 Maret 2023

Direktur LPPM Universitas Persada Indonesia Y.A.I

(Dr. Sularso Budilaksono, MKom)

Tembusan Yth :

1. Rektor Universitas Persada Indonesia Y.A.I (Sebagai Laporan)
2. Dekan FEB UPI Y.A.I
3. Dekan Fakultas Teknik UPI Y.A.I
4. Yang bersangkutan

Vol 6 No 1 Maret 2023
ISSN 2654 - 5721
E-ISSN 2654 - 7546

Ikra-ith Abdimas



UPI YAI

ABDIMAS

Universitas Persada Indonesia YAI

[Current](#)[Archives](#)[About](#)[Home](#) / [Editorial Team](#)

Reviewer

Prof.Dr.Ir.Agus Djoko Santosa, SU (<https://scholar.google.co.id/citations?user=bEzmLN8AAAAJ&hl=id>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6028335&view=overview>)

Dr. Sularso Budilaksono.MKom (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=vj4pbeUAAAAJ>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6006412&view=overview>)

Dr. Kuncono Teguh Yuniarto, Spsi. Mpsi. (<https://scholar.google.co.id/citations?user=HUsLDJMMAAAJ&hl=en>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6159740&view=overview>)

Dr. Hadi Sutopo, MMSI (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=bKLoZpsAAAAJ>)

Chief in Editor

Dr. Rilla Sovitriana, Spsi. MPsi (<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=LOkYswoAAAAJ>) (<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6139565&view=overview>)

Editor

Dr. Dewi Lestari

Sarpan, SAg. MM (<https://scholar.google.co.id/citations?user=MU7S560AAAAJ&hl=en>)
(<http://sinta2.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=6701791&view=overview>)



EDITORIAL TEAM
AUTHOR GUIDELINES
FOCUS & SCOPES
PUBLICATION ETHICS
ARTICLE TEMPLATE

Akreditasi Jurnal



[Current](#)[Archives](#)[About](#)[Search](#)[Home](#) / [Archives](#) / Vol 6 No 1 (2023): IKRAITH-ABDIMAS Vol 6 No 1 Maret 2023DOI: <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i1>

Published: 2022-11-08

Articles

Vaksinasi Kolaborasi Universitas Budi Luhur, Asbisindo, OJK Dan RSUD Pesanggrahan Dalam Mengejar Herd Immunity

Wiwin Windihastuty, Wendi Usino, Goenawan Brotosaputro, Bullion Dragon
1-8[PDF](#)

Upaya Peningkatan IPM Dari Sisi Pendidikan Pada Masyarakat Johar Baru Jakarta Pusat

Indri Arrafi Juliannisa, MB Nani Ariani, Tri Siswantini
9-18[PDF](#)

Pelatihan Desain Motif Dengan Teknik Celup Ikat (Tie Dye Technique) Dalam Upaya Meningkatkan Keterampilan Dan Kreativitas

Endang Tjahjaningsih, Dewi Handayani Utari Ningsih RS, Achmad Badjuri, Alya Takwarina Cahyani
19-23



Penyuluhan Manajemen, Komunikasi Digital, dan Branding Usaha Pertanian, Peternakan, dan UMKM Desa Pringkasap Kabupaten Subang

Maharani Imran, Eka Rakhmat Kabul, Bida Sari, Shafenti Shafenti, Nur Wahyuni, Mahzumi Mahzumi, Rinaldi Rinaldi
24-31



Peningkatan Kemampuan Konseling Virtual Dengan Metode Asset-Based Community Development (ABCD) Di Pondok Pesantren Annida

Agus Pamuji, Rina Rindanah
32-37



Pelatihan Manajemen Keuangan Sebagai Peningkatan Daya saing bagi Pelaku Usaha Mikro di Kelurahan Sampangan

Purwatiningtyas Purwatiningtyas, Retnowati Retnowati, Sri Mulyani, Askar Yunianto
38-46



Integrated Marketing Communication [IMC] Desa Wisata Wonolopo Dalam Upaya Publikasi Ikonik “Kampoeng Jamu”

Imam Husni Al Amin, Edy Winarno, Budi Hartono, Dwi Budi Santoso
47-52



Laporan Keuangan Mudah dengan Si APIK bagi UMKM

Maryati Rahayu, Bida Sari, Nastiti Edi Utami, Jayanti Apri Emarawati
53-61



Pintar dan Kreatif Memanfaatkan Teknologi Digital untuk Pengembangan Desa Wisata

Dian Harmaningsih, Susi Yunarti, Siti Komsiah, Wijayanti Wijayanti
62-69



Laporan Keuangan Mudah dengan Si APIK bagi UMKM

Maryati Rahayu¹, Bida Sari², Nastiti Edi Utami³, Jayanti Apri Emarawati⁴
^{1,2,3,4} Universitas Persada Indonesia YAI

Jl. Diponegoro, No.74, Jakarta, Indonesia

E-mail : ayu.nr77@gmail.com¹, saribida73@gmail.com², nastitsem@gmail.com³,
jayanti.apri73@gmail.com⁴

ABSTRAK

Laporan keuangan merupakan hal yang amat penting saat menjalankan usaha baik skala usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) hingga yang berskala besar. Laporan keuangan dibuat agar pengusaha dapat mengoperasikan bisnisnya dengan baik dan bisa menganalisa keuntungan dan kerugian mereka. Serta dapat bermanfaat pula untuk mengajukan permohonan modal. Dengan perkembangan teknologi, membuat laporan keuangan kian mudah karena banyak aplikasi yang bisa dipasang di ponsel pintar. Si APIK adalah aplikasi pencatatan informasi keuangan yang dapat membantu para UMKM untuk melakukan pembukuan dan pencatatan setiap transaksi keuangan mereka. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan penyuluhan pengelolaan keuangan dan akuntansi, pelatihan cara mengunduh aplikasi Si APIK menggunakan *Play Store* di HP Android serta cara membuat laporan keuangan mudah bagi UMKM OK OCE (*Jakpreneur*) DKI Jakarta. Kegiatan dilaksanakan secara online menggunakan media Zoom dengan 56 partisipan. Adapun hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah adanya peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya membuat laporan keuangan dan pelaku UMKM OK OCE (*Jakpreneur*) DKI Jakarta dapat mempraktekkan membuat laporan keuangan dengan aplikasi Si APIK menggunakan HP Android. Saran dari kegiatan ini pelaku usaha perlu diberikan simulasi lanjutan menggunakan komputer dan smart phone dalam menerapkan aplikasi Si APIK untuk membuat laporan keuangan bagi pelaku UMKM OK OCE (*Jakpreneur*) DKI Jakarta.

Kata kunci : Laporan Keuangan, Si APIK, UMKM

ABSTRACTION

Financial reports are very important when running a business, from micro, small and medium enterprises (MSMEs) to large scale ones. Financial reports are made so that entrepreneurs can operate their business properly and can analyze their profits and losses. And it can also be useful to apply for capital. With the development of technology, making financial reports is easier because there are many applications that can be installed on smart phones. Si APIK is a financial information recording application that can help MSMEs to do books and record their every financial transaction. This community service activity aims to provide financial management and accounting counseling, training on how to download the Si APIK application using the Play Store on an Android cellphone and how to make easy financial reports for OK OCE (Jakpreneur) DKI Jakarta MSMEs. The activity was carried out online using the Zoom media with 56 participants. The results of this community service activity are an increase in knowledge about the importance of making financial reports and OK OCE (Jakpreneur) DKI Jakarta SMEs can practice making financial reports with the Si APIK application using an Android cellphone. Suggestions from this activity are that business actors need to be given further simulations using computers and smart phones in implementing the Si APIK application to make financial reports for DKI Jakarta OK OCE (Jakpreneur) MSME actors.

Keywords: Financial Report, Si APIK, MSME

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak pembangunan dan perekonomian di Indonesia. Salah satu program pengembangan UMKM adalah Program OK OCE (*One Kecamatan One Center of Entrepreneurship*), yaitu program yang digalang Sandiaga saat berpasangan dengan Anies Baswedan di Pilkada Pemprov DKI Jakarta. Program ini bertujuan bagaimana cara mencetak dan menggerakkan wirausaha baru di DKI agar dapat menjadi *benchmark* (tolak ukur) di daerah lain.

Setelah sukses memulainya di tahun 2017 dan bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, gerakan ini menghasilkan puluhan ribu wirausaha baru serta menyerap 200 ribu lapangan kerja di DKI Jakarta. Kini OK OCE diterapkan ke seluruh Indonesia melalui lebih dari 197 komunitas penggerak bersama dan lebih 500 ribu anggota dari berbagai provinsi di Indonesia. Sejak Februari 2020 Gubernur DKI Jakarta mengatakan bahwa OK-OCE sudah bermetamorfosis menjadi *Jakpreneur*.

Transformasi jiwa kewirausahaan berjalan masif melalui pendidikan formal maupun informal. Kedua hal tersebut ternyata belum mampu menjadi solusi jitu dalam mengatasi lonjakan pertumbuhan tenaga kerja yang demikian pesat. Di sisi lain, para *entrepreneur* yang merupakan manusia-manusia kreatif yang mampu mengkreasi lapangan kerja dan menyerap lonjakan tenaga kerja justru kian langka.

Tidak hanya memiliki kreativitas hingga keahlian yang mumpuni dalam membangun bisnis, para *entrepreneur* khususnya pelaku UMKM juga harus pandai dalam mengelola keuangan bisnisnya. Sebagian besar para UMKM hanya berfokus pada kegiatan marketing

dan pengembangan produk saja. Banyak UMKM yang masih menganggap bahwa pembukuan atau pembuatan laporan keuangan itu tidak terlalu penting.

Menurut Sixpria dalam (Agustina et al., 2021), penyelenggaraan proses akuntansi dalam menghasilkan laporan keuangan merupakan kegiatan yang masih sulit bagi UMKM, disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan mengenai akuntansi dan berbagai kendala dalam menyusun laporan keuangan sesuai standar untuk UMKM.

Laporan keuangan secara umum bertujuan memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam membuat keputusan ekonomi serta pertanggungjawaban manajemen, (Rudianto, 2018).

Per tanggal 24 Oktober 2016, Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) menerbitkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) yang dapat membantu UMKM dalam membuat kebijakan akuntansi serta penyajian laporan keuangan. Menurut SAK EMKM, laporan keuangan UMKM minimum terdiri dari 3 jenis, yaitu : (1) Laporan Posisi Keuangan; (2) Laporan Laba Rugi & (3) Catatan Atas Laporan Keuangan, (Gustani, 2021).

Pelaku UMKM sering menjumpai kesulitan dalam membuat laporan keuangan dan pencatatan keuangan sederhana. Untuk membantu penyajian laporan keuangan bagi UMKM, Bank Indonesia (BI) berupaya mendorong kemajuan UMKM dengan menciptakan sebuah Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (Si APIK) yang bisa diakses oleh para pelaku UMKM untuk mencatat transaksi keuangan yang mereka miliki melalui ponsel pintar (HP).

Aplikasi catat keuangan Bank Indonesia ini bisa diunduh melalui Google *Play Store*. Aplikasi ini bisa

diakses secara offline (tanpa jaringan internet). Sehingga para pelaku UMKM yang berada di wilayah yang koneksi internetnya tidak stabil tetap bisa menggunakan aplikasi ini tanpa kendala. Keamanan data pengguna di dalam aplikasi ini juga terjamin, para pelaku UMKM juga bisa memasukkan password yang bisa disetel guna mengamankan data transaksi.

Si APIK adalah aplikasi pencatatan informasi keuangan yang dapat membantu para UMKM untuk melakukan pembukuan dan pencatatan setiap transaksi keuangan yang mereka lakukan. Aplikasi ini dapat mencatat jenis transaksi sederhana bagi usaha perorangan/usaha mikro ataupun usaha skala kecil. Dengan sistem aplikasi ini, pengguna tak perlu memilih transaksi debit dan memilih lawan transaksi kreditnya (seperti pada sistem *Double Entry*). Pengguna aplikasi ini hanya perlu mengkategorikan sebuah transaksi, apakah termasuk transaksi penerimaan atau transaksi pengeluaran. Hal ini tentunya akan mempermudah penggunaan aplikasi (pelaku usaha) untuk mencatat dan menghasilkan laporan keuangan terutama bagi mereka yang tidak memahami akuntansi secara terperinci.

Akuntansi merupakan sebuah proses yang dimulai dari pencatatan, pengelompokan, pengolahan dan penyajian sebuah data berdasarkan suatu transaksi yang dapat menghasilkan sebuah informasi dalam pengambilan keputusan. Beberapa manfaat dari akuntansi dan pembuatan laporan keuangan bagi para pelaku UMKM antara lain pelaku usaha dapat menghitung biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku, untuk mengolah bahan baku jadi suatu produk hingga bisa menghitung harga jual dari produk tersebut serta dari laporan akuntansi dapat diketahui mengenai kinerja keuangan dari bisnis yang dijalankan dan UMKM juga dapat

mengetahui, memilah, dan membedakan harta bisnis (usaha) dan harta pemilik (pribadi) (Soerjono et al., 2018).

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul **Laporan Keuangan Mudah dengan Si APIK bagi UMKM** ini akan membantu pelaku usaha OK OCE untuk melakukan proses akuntansi dan menghasilkan laporan keuangan dengan mudah menggunakan HP Android.

1.2 Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan penyuluhan dan pengarahan bagi pelaku UMKM OK OCE mengenai pentingnya pembuatan laporan keuangan bagi kemajuan bisnis usaha.
2. Memberikan penyuluhan dan pengarahan bagi pelaku UMKM OK OCE mengenai betapa mudahnya membuat laporan keuangan.
3. Memberikan pelatihan dan praktek langsung cara mengunduh aplikasi Si APIK menggunakan *Play Store* di HP Android serta cara membuat laporan keuangan mudah bagi UMKM OK OCE (*Jakpreneur*) DKI Jakarta.

1.3 Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat dari kegiatan yang diadakan ini sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM OK OCE dapat memahami bahwa sangat penting membuat laporan keuangan untuk mengetahui perkembangan usahanya.
2. Pelaku UMKM OK OCE dapat mengetahui bahwa laporan keuangan mudah dibuat.
3. Pelaku UMKM OK OCE dapat mempraktekkan langsung cara mengunduh aplikasi Si APIK menggunakan *Play Store* di HP Android serta dapat membuat laporan keuangan dengan mudah.

1.4 Target dan Luaran

Adapun target dan luaran yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM OK OCE termotivasi dan mampu memahami pentingnya pembuatan laporan keuangan dalam menjalankan usahanya.
2. Pelaku UMKM OK OCE mampu menggunakan aplikasi Si APIK yang dapat didownload di *Play Store* HP Android.

2. PERMASALAHAN

Dari Survey pendahuluan dan observasi yang kami lakukan, maka disimpulkan bahwa potret permasalahan yang dihadapi mitra adalah :

1. Belum memahami betapa pentingnya pembuatan laporan keuangan bagi kemajuan bisnis usaha
2. Belum mengetahui bagaimana cara membuat laporan keuangan yang mudah dan sederhana.
3. Belum mengetahui cara mengunduh dan menggunakan aplikasi Si APIK di HP Android serta cara membuat laporan keuangan.

3. METODOLOGI

Metode yang kami gunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari beberapa tahapan, yaitu :

1. Survey Pendahuluan
Survey pendahuluan ditujukan untuk mengetahui latar belakang mitra, permasalahan dan solusi yang telah dan akan dilakukan. Pelaksanaan survey pendahuluan dilakukan secara online antara pihak *Phoenix Education Centre Institutions* Jakarta selaku mitra penghubung dengan koodinator UMKM OK OCE di DKI Jakarta. Dari survey pendahuluan tersebut disepakati akan diadakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari tim dosen lintas perguruan tinggi dengan para pelaku UMKM OK OCE di DKI Jakarta.

2. Observasi

Kami juga melakukan observasi terlebih dahulu karena observasi merupakan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala-gejala yang ada. Dan dari hasil observasi kami dapat mengetahui permasalahan yang ada pada mitra sasaran. Calon mitra sangat kooperatif. Hal ini ditunjukkan dalam partisipasinya dalam memberikan keterangan-keterangan, data-data dan informasi yang diperlukan kepada tim dosen. Begitu juga pada saat tim merencanakan waktu dan tempat kegiatan pelatihan, bimbingan dan pendampingan, mitra dengan antusias memberikan alternatif waktu kegiatan.

3. Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan

Walaupun sudah dinyatakan kondisi *new normal* oleh pemerintah, namun tim pengabdian masyarakat masih melakukan pelaksanaan kegiatan abdimas masyarakat melakukan penyuluhan secara online (Webinar) melalui Aplikasi *Zoom Cloud Meeting* kepada UMKM OK OCE di DKI Jakarta pada hari Jumat dan Sabtu, pada tanggal 20-21 Mei 2022 mulai pukul 09.00 s.d selesai melalui Link aplikasi : <https://fresnostate.zoom.us/j/85392183829?pwd=MIUwNUtiU200SjhPa095Zk8rT3o2UT09>.

Pelaksanaan kegiatan Webinar Pengabdian Masyarakat ini bersifat insidental dengan peserta penyuluhan adalah para pelaku UMKM OK OCE di DKI Jakarta dan anggota tim abdimas dosen yang terdiri dari gabungan beberapa perguruan tinggi di Jakarta dengan tema umum adalah “*Digital Branding* Untuk UMKM”.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

OK OCE sukses dimulai di tahun 2017, bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Jumlah anggota

OK OCE periode maret 2022 mencapai 500 ribu anggota, yang bukan hanya di DKI saja Sejak Februari 2020 OK OCE sudah bermetamorfosis menjadi *Jakpreneur* (Jakarta *Entrepreneurship*).

Semboyan OK OCE adalah gerakan sosial penciptaan lapangan kerja. OK OCE memberikan kontribusi positif untuk bangsa melalui gerakan kewirausahaan dan ekonomi kerakyatan. OK OCE bertujuan menciptakan kemandirian dan lapangan kerja yang banyak untuk rakyat Indonesia.



Gambar 1. Gerai UMKM OK OCE di Jakarta (1)

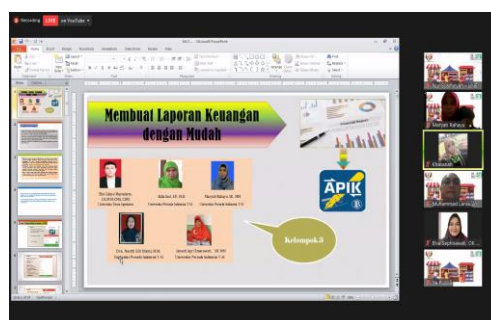
Kantor Pusat OK OCE berada di Mal Pelayanan Publik Lt 12. Jl. Epicentrum Tengah no.3, RT.2/RW.5 Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940.



Gambar 2. Gerai UMKM OK OCE di Jakarta (2)

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa penyuluhan dalam bentuk Webinar diawali dengan pembukaan acara oleh moderator dan kata sambutan oleh ketua tim abdimas serta koordinator UMKM OK OCE di DKI Jakarta. Selanjutnya pemaparan materi dimulai

dengan penjelasan mengenai syarat dan cara pembuatan perizinan usaha kecil dan menengah, lalu bagaimana cara memasarkan produk UMKM secara efektif dan efisien, dilanjutkan dengan bagaimana membuat laporan keuangan dengan mudah dan yang terakhir ditutup dengan penjelasan mengenai bisnis model canvas.



Gambar 3. Perkenalan Tim Abdimas dan Pemaparan Materi Kegiatan

Tingkat pemahaman para pelaku UMKM mengenai akuntansi atau transaksi pencatatan keuangan di Indonesia masih rendah. Padahal bila pencatatan keuangan dapat dilakukan dengan baik maka pengelolaan keuangan juga dapat berjalan dengan baik. Terutama bila UMKM berniat untuk menambah permodalannya yang berasal dari luar/asing, karena saat ini banyak program dari pemerintah dan lembaga swasta dalam pemberian kredit bagi UMKM.

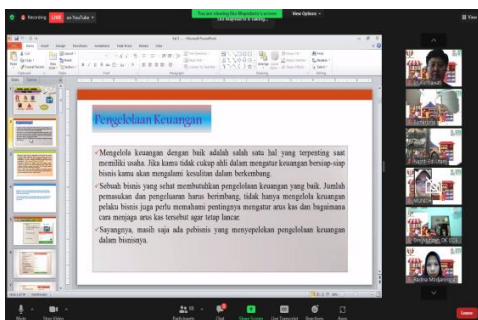
Dunia digital yang terus tumbuh memberikan banyak perubahan dan kemudahan bagi semua pihak termasuk bagi para pelaku usaha dalam membuat laporan keuangan.

Upaya mendorong kemajuan UMKM, Bank Indonesia yang bekerjasama dengan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) menyusun pedoman Pencatatan Transaksi Keuangan (PTK) dengan menciptakan sebuah Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (Si APIK) yang bisa diakses oleh para pelaku UMKM untuk mencatat transaksi keuangan yang mereka miliki.

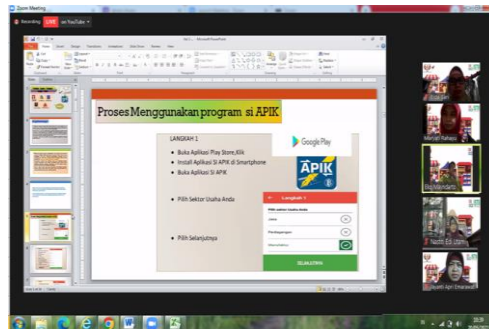
Si APIK adalah aplikasi pencatatan informasi keuangan yang dapat membantu para UMKM untuk melakukan pembukuan dan pencatatan setiap transaksi keuangan yang mereka lakukan. Aplikasi ini dapat mencatat jenis transaksi sederhana bagi usaha perorangan/usaha mikro ataupun usaha skala kecil. Selain itu Si APIK juga membantu manajemen dalam mengumpulkan informasi mengenai siklus pengeluaran dan siklus penerimaan yang ada di perusahaan atau UMKM, (Rinandiyana et al., 2020)

Dengan adanya aplikasi Si APIK tersebut diharapkan dapat membantu UMKM yang selama ini mengalami kendala dalam melakukan pencatatan keuangan dalam aksesnya untuk mengajukan pembiayaan ke perbankan maupun lembaga kredit lainnya.

Permasalahan yang diangkat pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah bagaimana pelaku UMKM OK OCE dapat menyusun laporan keuangan sederhana dengan menggunakan program si APIK yang dapat didownload di Play Store HP Android.



Gambar 4. Pemaparan Materi Penyuluhan "Pengelolaan Keuangan".



Gambar 5. Pemaparan Materi "Pengenalan Aplikasi Si APIK".

Proses Unduh Aplikasi Si APIK

Untuk mengunduh aplikasi Si APIK ini perusahaan tidak perlu mengeluarkan dana di karenakan aplikasi tersebut sudah tersedia pada ponsel pintar dan bisa di unduh secara gratis.

LANGKAH 1

- Buka Aplikasi Play Store, Klik
- Install Aplikasi Si APIK di Smartphone
- Buka Aplikasi Si APIK



- Pilih Sektor Usaha Anda
- Pilih Selanjutnya



Gambar 6. Cara Unduh Aplikasi Si Apik

Langkah selanjutnya adalah input data-data usaha, dengan mengisi nama badan usaha, alamat, nomor telepon, deskripsi usaha serta membuat password untuk masuk aplikasi Si APIK.

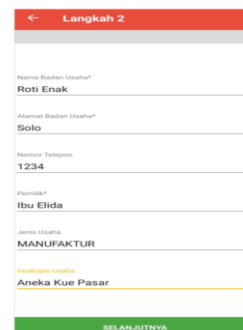
LANGKAH 2

Input Data Usaha terdiri dari:

1. Nama Badan Usaha
2. Alamat
3. Nomor Telpn
4. Pemilik
5. Jenis Usaha
6. Deskripsi Usaha
7. Identitas (KTP/NPWP)
8. Password (Kombinasi Huruf Kapital, Angka, dan Simbol)
9. Konfirmasi Password

Jika data sudah sesuai, pilih:

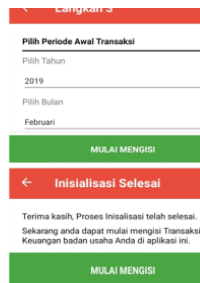
Selanjutnya



Gambar 5. Input Data Usaha

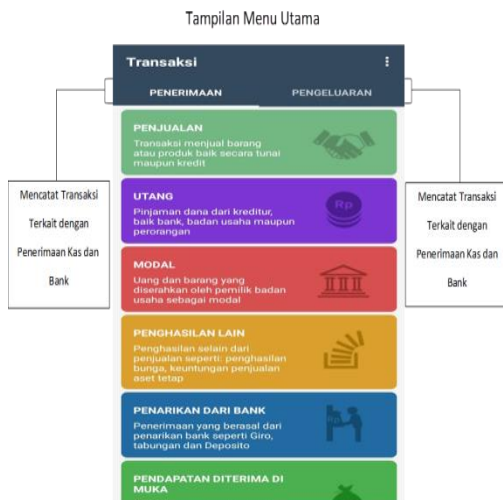
Setelah input data selanjutnya adalah mengisi periode awal transaksi dan mulai mengisi data-data transaksi dengan mengklik tombol mulai mengisi.

- Pilih Periode Awal Transaksi
- Pilih Mulai Mengisi
- Jika telah selesai akan muncul Pemberitahuan seperti gambar Disamping.
- Selanjutnya, Klik Pilihan Mulai Mengisi



Gambar 7. Input Data Periode Transaksi

Setelah input data periode transaksi maka akan tampil menu utama aplikasi Si APIK, yang menandakan bahwa aplikasi siap digunakan. Dalam aplikasi ini terdapat dua menu utama yaitu pencatatan penerimaan dan pencatatan pengeluaran.



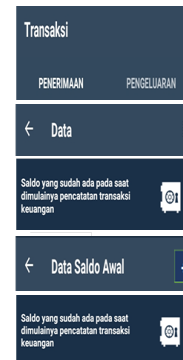
Gambar 8. Tampilan Menu Utama Si APIK

Setelah tampil menu utama, maka input proses data-data transaksi penerimaan dan pengeluaran dapat dilakukan. Misalnya penginputan data persediaan awal, penginputan data penerimaan setoran modal awal, serta penginputan biaya-biaya yang diperlukan lainnya.

Penyelesaian Soal

Mengisi Saldo Awal

1. Pada menu utama pilih menu **optional**, yang terletak disudut kanan atas.
2. Pilih **Data**
3. Pilih **Data Saldo Awal**
4. Pilih Tombol **+**
5. Isi **Nama Akun dan Saldo Awal**
6. Pilih **Simpan**



Gambar 9. Tampilan Isi Saldo Awal (1)

- Saldo Awal Aset Tetap
 1. Pada nama akun: Pilih Akun Aset Tetap
 2. Saldo Awal Aset Tetap
 3. Pada Kolom Nama Aset: Klik Tambah Aset (Isi Nama Aset: **Peralatan Membuat Kue**, Kelompok Aset: I, Sub Kelompok Aset: **Alat Khusus**, Isi Harga Perolehan)

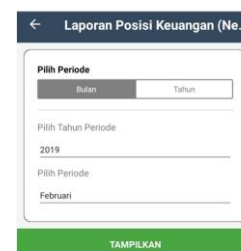


4. Pilih **Simpan**

Gambar 10. Tampilan Isi Saldo Awal (2)

Apabila semua saldo awal telah selesai diinput kita bisa melakukan pengecekan jumlah saldo awal yang terdapat dalam Neraca yaitu dengan cara :

1. Pada menu utama pilih menu **optional** , yang terletak disudut kanan atas.
2. Pilih menu **Laporan**
3. Pilih **Laporan Posisi Keuangan (Neraca)**
4. Isi kolom **Pilih Tahun Periode**
5. Pilih **Periode**
6. Klik **Tampilkan**



Gambar 11. Pengecekan Saldo Awal

Ketika selesai dilakukan input data penerimaan maupun pengeluaran, maka untuk mencetak laporan keuangan akan muncul pada tampilan berikut:



Gambar 12. Tampilan Jenis Laporan Keuangan

Selain dapat menampilkan laporan keuangan, program ini juga dapat menampilkan analisis ratio yang diperlukan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pemilik UMKM, misalnya analisis ratio likuiditas yang dapat memberikan informasi mengenai kondisi usaha dalam kemampuan melunasi hutang jangka pendeknya. Adapun bentuk laporannya dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 13. Tampilan Rasio Keuangan

Saat webinar berlangsung tampak beberapa peserta kegiatan aktif bertanya mengenai ke-tujuh materi yang diberikan. Dan para pembicara memberikan jawaban yang bisa memuaskan peserta webinar berkenaan dengan pertanyaan

yang diajukannya. Indikator keberhasilan pengabdian pada masyarakat ini adalah :

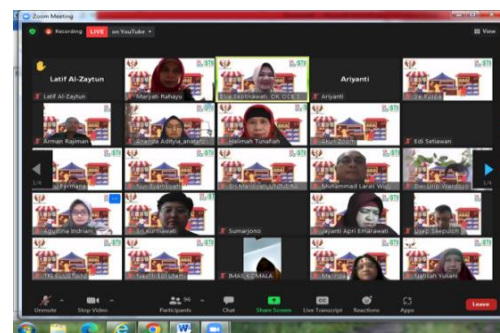
1. Antusiasme peserta dalam pelaksanaan webinar terlihat dari banyaknya peserta yang mengikuti webinar ini.
2. Peserta berhasil termotivasi dengan materi yang ada dengan adanya ide-ide yang baru yang akan di implementasikan

Pelatihan berjalan lancar. Setelah sesi webinar berakhir, tim dosen melakukan foto bersama dengan peserta dan pembicara menggunakan aplikasi Zoom Cloud Meeting.

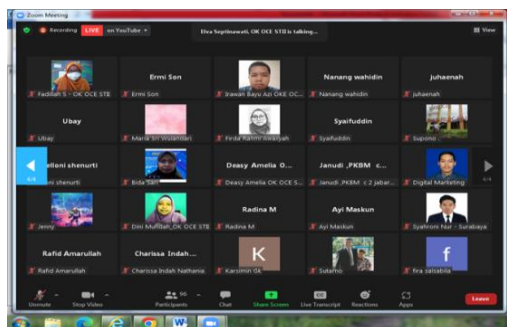
Berikut adalah banner dan foto-foto pelaksanaan kegiatan Webinar Abdimas:



Gambar 14. Banner Acara Pengabdian Masyarakat



Gambar 15. Peserta Pengabdian Masyarakat (1)



Gambar 16. Peserta Pengabdian Masyarakat (2)

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan memberikan penyuluhan pengelolaan keuangan dan akuntansi, pelatihan cara mengunduh aplikasi Si APIK menggunakan di HP Android serta cara membuat laporan keuangan mudah bagi UMKM OK OCE (*Jakpreneur*) DKI Jakarta berjalan lancar. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk webinar penyuluhan dengan media Zoom

Peserta memperoleh peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya membuat laporan keuangan dan dapat mempraktekkan membuat laporan keuangan dengan mudah menggunakan aplikasi Si APIK pada HP Android mereka., sehingga diharapkan pengusaha UMKM dapat mengoperasikan bisnisnya dengan baik dan bisa menganalisa keuntungan dan kerugian dari usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Y., Ningsih, S. S., & Mulyati, H. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Menggunakan Aplikasi SI APIK Pada UMKM. *Intervensi Komunitas*, 2(2), 134–145. <https://doi.org/10.32546/ik.v2i2.871>
- Hidayah , Muhammad Rofiq;, Probowulan ,Diyah Probowulan & Aspirandi ,Rendy Mirwan. Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android Si Apik Untuk

Menunjang Pelaporan Keuangan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Kerupuk Ikan Ibu Sulastri Besuki) . Program Study Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Rinandiyana, L. R., Kusnandar, D. L., & Rosyadi, A. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android (Siapik) Untuk Meningkatkan Administrasi Keuangan Umkm. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 73. <https://doi.org/10.30997/qh.v6i1.2042>

Rudianto. (2018). Akuntansi Intermediate. Erlangga. Jakarta <https://www.gustani.id/2021/05/format-laporan-keuangan-umkm.html>. yang diakses tanggal 16 Agustus 2022

<https://www.kjaatik.id/blogumkm-2/>. Yang diakses tanggal 16 Mei 2022

<https://lifestyle.kompas.com/read/2013/02/11/1718324/Membuat.Pembukuan.Bisnis.Online>. Yang diakses tanggal 16 Mei 2022

<https://solusiukm.com/membuat-laporan-keuangan-untuk-bisnis-online-yang-mudah-dan-sederhana/>. Yang diakses tanggal 16 Mei 2022

<https://mekari.com/blog/membuat-laporan-keuangan-sederhana/> . Yang diakses tanggal 22 Agustus 2022



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus A : Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat 10340, Indonesia

Telp : (021) 3904858, 31936540 Fax : (021) 3150604

Jakarta, 2 Oktober 2023

Nomor : 907/D/FEB UPI Y.A.I/X/2023
Lampiran : -
Hal : Surat Tugas Penulisan Jurnal

Kepada Yth :

- **Bida Sari, SP, M.Si**
- **Dr. Rufial, SE, MM**
- **Joni Efendi, SE, MM**

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Di –

Tempat

Bersama ini kami menugaskan sebagai Tim Penulis di Jurnal Jurnal Media Abdimas dengan Judul **“Mengelola Sampah Non Organik Menjadi Barang Bernilai Ekonomi Di Bank Sampah Sekarwangi LMK Forum RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur”**. Vol.2 No. 3 November 2023, dan berperan sebagai :

- **Penulis ke -1 a.n Bida Sari, SP, M.Si**
- **Penulis ke -2 a.n Dr. Rufial, SE, MM**
- **Penulis ke -3 a.n Joni Efendi, SE, MM**

Diharapkan dapat memberikan laporannya pada kami paling lambat 1(satu) Minggu setelah jurnal tersebut diterbitkan.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

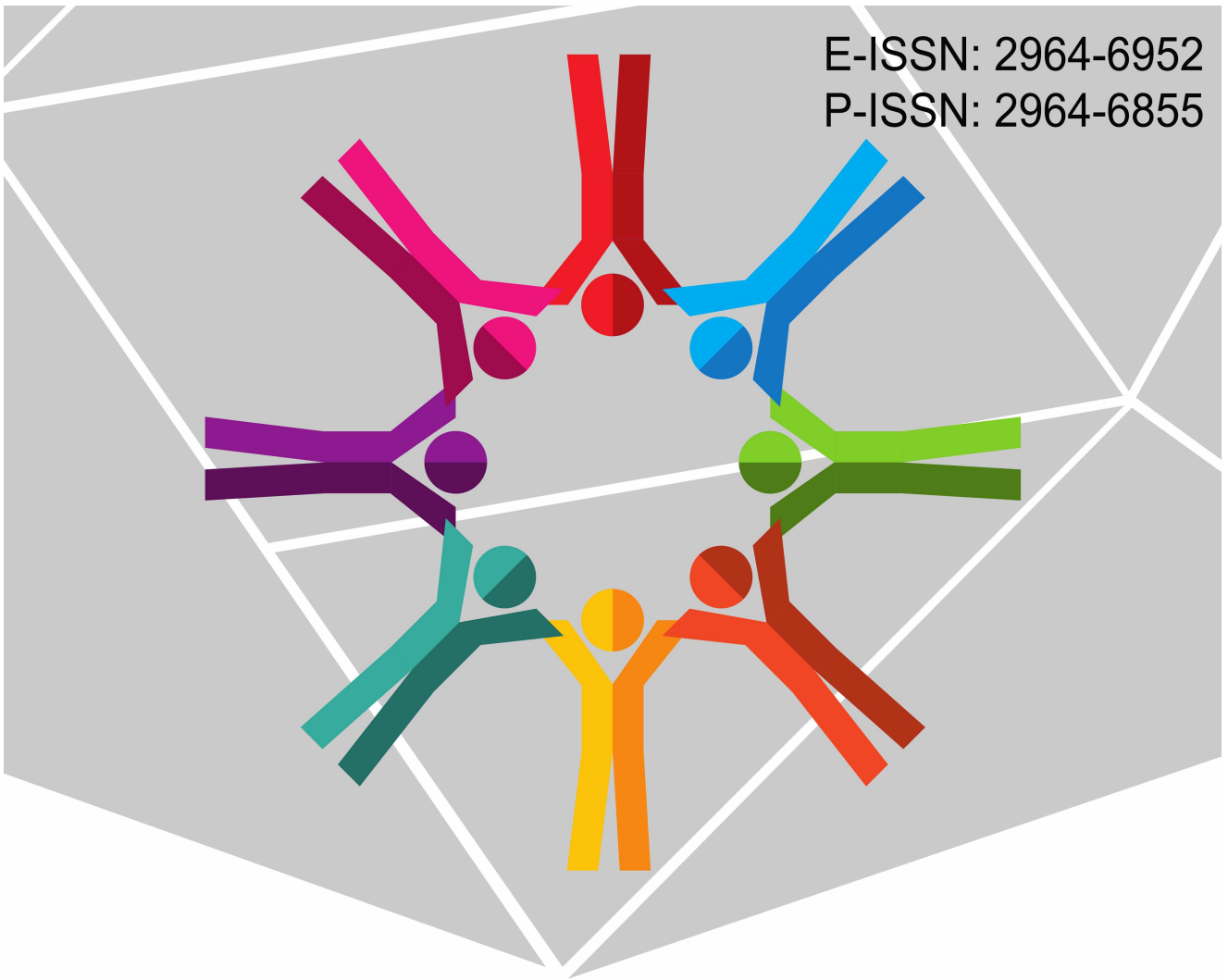
Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Dr. Marhalinda, SE, MM

Dekan

E-ISSN: 2964-6952

P-ISSN: 2964-6855



JURNAL MEDIA ABDIMAS

Vol 2 No 3 November 2023

UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA YAI

Media Abdimas

[Current](#) [Archives](#) [About](#)

[Home](#) / [Editorial Team](#)

Editorial Team

Reviewer

Prof.Dr.Ir.Agus Djoko Santosa, SU ([GoogLe Scholar](#)) ([Sinta](#))

Dr. Sularso Budilaksono.MKom ([GoogLe Scholar](#)) ([Sinta](#))

Dr. Kuncono Teguh Yunianto, Spsi. Mpsi. ([GoogLe Scholar](#)) ([Sinta](#))

Dr. Hadi Sutopo, MMSI ([GoogLe Scholar](#))

Chief in Editor

Dr. Rilla Sovitriana, Spsi. MPsi ([GoogLe Scholar](#)) ([Sinta](#))

Editor

Dr. Dewi Lestari

Sarpan, SAg. MM ([GS](#)) ([Sinta](#))

DOI: <https://doi.org/10.37817/mediaabdimas.v2i3>

Published: 2023-11-21

Articles

Mengelola Sampah Non Organik Menjadi Barang Bernilai Ekonomi Di Bank Sampah Sekarwangi LMK Forum RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur

Bida Sari, Rufial, Joni Efendi, Marfiani

1-11



Pelatihan Pengembangan Media Video Pembelajaran Interaktif Berbasis Smartphone

Mal Alfahnum, Maya Masitha Astriani

12-17



Sekolah Rumah Apung: Pembelajaran Kreatif untuk Anak Usia SD di Kampung Flamboyan Bawah Palangka Raya

Gabriela Elsandika, Yonatan Ari Santoso

18-23



Penyediaan Fasilitas Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) untuk Mendukung Program Sanitasi Sekolah di SD Negeri Kalidadap

Puji Utomo, Annisa Mu'awanah Sukmawati, Algazt Aryad Masagala

24-30



Program Peduli Lingkungan Hidup Kampung Eduwisata Bhinneka Bagi Siswa SMPN 59 Jakarta

Sri Ekowati, Syaifuddin Sayuti, Syarifuddin S.Gassing, Velantin Valiant, Achmad Mucharam

31-35



SOSIALISASI KEPADA MASYARAKAT DALAM UPAYA MEMPROMOSIKAN KERAJINAN TANGAN KHAS SUKU BADUY MELALUI MARKETPLACE DESA KANEKES KECAMATAN LUWIDAMAR KABUPATEN LEBAK

Eli Apud Saepudin, Putri Handayani, Mohamad Ikrom Arasid, Sanin Sudrajat

36-41



Learning by Playing, Playing for Learning

Susi Yunarti, Dian Harmaningsih, Wijayanti

42-51



Membangun Motivasi Siswa Dengan Literasi Digital Menggunakan ChatGPT

Essy Malays Sari Sakti, Erdina Indrawati, Tatiyani, Usman Effendi, RR. Dini Diah Nurhadianti, Dewi Syukriah, Febi Herdajani

52-56



Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Mengembangkan Produk Dari Tanaman Eceng Gondok

Teuku Athaillah, Abdul Muzammil, Keumala Fadhiela ND, Farid Jayadi, Masykur, Azwanda

57-63



Implementasi Sistem Bioflok pada Budidaya Pembesaran Ikan Nila (*Oreochromis sp.*) Strain Merah di Kampung Kuper Kabupaten Merauke

Lindon R. Pane, Jeremias Tuhumena, Rosa D. Pangaribuan, Sendy Lely Merly, Dandi Saleky

64-69



Pendampingan Pembelajaran Penjas Menyenangkan Melalui Permainan Tradisional Sagu Alu Di SD CITRA BAKTI

Yanuarius Ricardus Natal, Bernabas Wani, Fridolin Narti Mau, Fabianus Rolando Fole

70-75



Mengelola Sampah Non Organik Menjadi Barang Bernilai Ekonomi Di Bank Sampah Sekarwangi LMK Forum RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur

Bida Sari¹, Rufial², Joni Efendi³, Marfiani⁴

^{1,2,3}Universitas Persada Indonesia YAI,

⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAI

E-mail : bida.sari@upi-yai.ac.id¹, rufial@upi-yai.ac.id², joni.efendi@upi-yai.ac.id³, marfiani@stie-yai.ac.id⁴

ABSTRAK

Masalah timbunan sampah yang meningkat sebesar 2-4% pertahun, belum diimbangi dengan dukungan sarana dan prasarana penunjang yang optimal yang memenuhi persyaratan teknis. Kebijakan tentang penetapan daerah percontohan untuk pengelolaan sampah melalui metode 3R (reduce, reuse dan recycle) melalui bank sampah telah ditetapkan Kementrian Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012. Kegiatan pengabdian masyarakat pada mitra Bank Sampah Sekarwangi di RW 08 Kelurahan Pulo Gebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur bertujuan memotivasi dan meningkatkan pengetahuan warga masyarakat dalam mengelola dan menumbuh kembangkan potensi sampah rumah tangga sebagai bahan daur ulang yang bernilai ekonomi dan bisa membantu menopang ekonomi keluarga lewat penjualan sampah non organik (sampah kering). Kegiatan PKM ini diharapkan dapat mendorong mitra untuk aktif melakukan peningkatan produktivitas dalam proses pengelolaan bank sampah melalui pemberian pengetahuan dan pelatihan keterampilan pada mitra mengenai pendataan produk berbasis sampah dan model bisnis bank sampah melalui kegiatan salah satunya adalah pengelolaan sampah kering menjadi pendapatan alternatif warga.

Kata kunci : *sampah non organik, bank sampah, bernilai ekonomi.*

ABSTRACTION

The problem of waste accumulation, which is increasing by 2-4% per year, has not been balanced with the support of optimal supporting facilities and infrastructure that meet technical requirements. The policy regarding the determination of pilot areas for waste management using the 3R method (reduce, reuse and recycle) through waste banks has been stipulated by the Ministry of the Environment of the Republic of Indonesia Number 13 of 2012. Community service activities for Sekarwangi Waste Bank partners in RW 08, Pulo Gebang Village, Cakung District, Jakarta Timur aims to motivate and increase the knowledge of community members in managing and developing the potential of household waste as recycled material that has economic value and can help support the family economy through the sale of non-organic waste (dry waste). It is hoped that this PKM activity can encourage partners to actively increase productivity in the waste bank management process by providing knowledge and skills training to partners regarding data collection on waste-based products and waste bank business models through activities, one of which is managing dry waste into an alternative income for residents.

Keywords : *non-organic waste, waste bank, economic value*

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Pengertian sampah menurut Undang-Undang Republik Indonesia

Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah yang diatur dalam Pasal 1 ayat (4) adalah sisa atau limbah yang dihasilkan dari aktivitas manusia dan alam yang tidak berwujud atau

berwujud padat berupa zat organik atau anorganik bersifat dapat terurai atau tidak dapat terurai yang dianggap sudah tidak berguna lagi dan dibuang ke lingkungan, yang didalamnya terkandung bahan berbahaya dan/atau beracun yang dapat mencemari lingkungan hidup dan kesehatan manusia. Menurut World Health Organization (WHO), sampah adalah sesuatu yang tidak digunakan lagi, tidak terpakai, tidak disukai lagi, atau segala sesuatu yang dibuang yang berasal dari suatu proses kegiatan manusia (Harjanti, I. & Anggraini, P., 2020).

Dalam UU No. 18 Tahun 2008 tersebut juga dijelaskan pengertian pengelolaan sampah adalah rangkaian kegiatan teknis, administratif, perencanaan, pengendalian, pengawasan, dan pembiayaan yang terintegrasi untuk pengumpulan, pengangkutan, pengolahan, daur ulang, pemusnahan sampah, dan/atau sanitasi sampah. Undang-undang ini menetapkan pedoman dan ketentuan mengenai pengelolaan sampah di Indonesia untuk melindungi lingkungan dan masyarakat dari dampak negatif sampah.

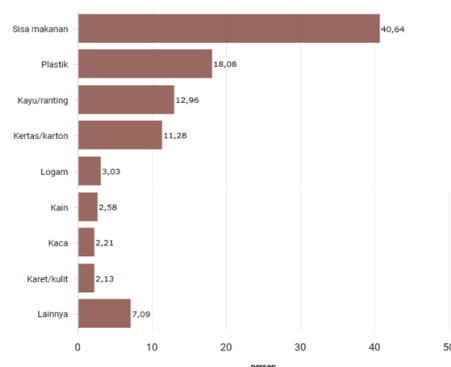
Permasalahan sampah bukan lagi sekedar masalah kebersihan dan lingkungan saja, tetapi sudah menjadi masalah sosial yang berpotensi menimbulkan konflik. Lebih parah lagi, hampir semua kota di Indonesia baik kota besar maupun kota kecil, belum memiliki sistem penanganan sampah yang baik. (Damanhuri dan Padmi, 2016). Pengelolaan dan pengolahan sampah masih kurang mendapat perhatian dari berbagai pihak, baik dari masyarakat maupun pemerintah daerah sehingga menimbulkan berbagai permasalahan lingkungan, seperti banjir, penyakit, kebersihan lingkungan, turunnya kandungan organik lahan pertanian, dan juga berkontribusi dalam mempercepat terjadinya pemanasan global (Maya, S., et al., 2018).

Jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah besar dengan tingkat

pertumbuhan yang tinggi berbanding lurus dengan bertambahnya volume sampah yang dihasilkan. Banyaknya jumlah rumah tangga di Indonesia juga ikut berperan dalam menentukan banyaknya sampah yang dihasilkan. Sampah rumah tangga merupakan salah satu sumber sampah yang cukup besar peranannya dalam peningkatan volume sampah di suatu lingkungan (Zairinayati, et al, 2020).

Rata-rata sampah yang biasanya dihasilkan dari kegiatan rumah tangga pada tahun 2011 antara lain ialah 0,38 kg/orang/hari atau 1,46 liter/orang/hari, yang terbagi menjadi 22% plastik, 16% logam, 15% kertas, 47% sampah organik dan lain-lainnya (Riswan dkk, 2011). Angka-angka tersebut bervariasi naik dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, jenis sampah dengan persentase terbesar adalah sampah organik (sisa makanan) yaitu sebesar 40,64% , pada urutan kedua yaitu sampah plastik dengan presentase 18,08%, kayu dan ranting urutan ketiga dan sampah kertas/karton sebagai urutan keempat (Annur, CM., 2023). Bila sampah-sampah tersebut tidak dikelola dengan sebuah sistem yang baik dan maksimal maka akan berdampak pada kesehatan masyarakat sekitar dan juga lingkungan.

Tabel 1. Komposisi Timbunan Sampah di Indonesia Berdasarkan Jenisnya (2022)



Sumber : databoks (Annur, CM., 2023)

Umumnya, kota-kota di Indonesia memiliki manajemen sampah yang sama yaitu metode kumpul – angkut – buang.

Sebuah metode manajemen persampahan klasik yang akhirnya berubah menjadi praktek pembuangan sampah secara sembarangan tanpa mengikuti ketentuan teknis di lokasi yang sudah ditentukan. Pengelolaan sampah yang dilakukan sebelum adanya bank sampah awalnya hanya di buang ke tempat sampah yang ada disekitar rumah-rumah warga dan akan di kumpulkan ke TPA (tepat pembuangan akhir). Sampah belum dikelola dengan baik sehingga tak jarang terjadi pencemaran dan kerusakan lingkungan yang berdampak pada kesehatan dan juga penyebab terjadinya banjir karena tidak sedikit dari masyarakat yang membuang sampahnya ke saluran air atau got dan kali sehingga air tidak bisa mengalir.

Kota-kota besar menjadi penghasil sampah terbesar di Indonesia. Ibukota Jakarta yang sangat padat penduduknya di berbagai wilayah pasti menghasilkan banyak sampah baik sampah organik maupun sampah non organik. Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta mencatat, 37,33% sampah yang ada di Ibu Kota berasal dari rumah tangga pada 2020. Proporsi itu menjadi yang tertinggi dibandingkan dari sumber lainnya sepanjang tahun lalu. Dari data yang dimiliki pemkot Jakarta Timur sepanjang periode September 2022, Jakarta Timur menghasilkan 61.423,06 kilogram (kg) sampah anorganik dan 4.387,31 kg sampah organik. Sementara Kecamatan Cakung mencapai jumlah sampah 15.202,78 kg sampah anorganik dan 847,00 kg sampah organik (instagram kotajakartatimur, 2022).

Penting untuk kita sadari bahwa dibutuhkan kesadaran masyarakat untuk bisa melakukan kegiatan penanggulangan masalah dari sampah yang berasal dari masyarakat ini, salah satunya dengan diadakanya sebuah kegiatan pengelolaan sampah di bank sampah. Pemberdayaan masyarakat melalui bank sampah adalah salah solusi untuk bisa mengelola sampah berbasis masyarakat yang bertujuan

untuk menyadarkan dan meningkatkan rasa peduli masyarakat.

Kebijakan tentang penetapan daerah percontohan untuk pengelolaan sampah melalui metode 3R (reduce, reuse dan recycle) melalui bank sampah telah ditetapkan Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012. Bank sampah merupakan program yang bergerak di bidang pengelolaan sampah anorganik. Bank Sampah melayani nasabah dalam menabung sampah dan menjadikan sampah menjadi bernilai guna dan bernilai ekonomis kembali.

Di RW 08 Kelurahan Pulo Gebang Jakarta Timur telah dilaksanakan kegiatan Bank Sampah “Sekarwangi” yang merupakan salah satu dari bank sampah terbaik di Jakarta Timur yang terpilih juga menjadi bank sampah terbaik se DKI Jakarta. Sampah yang dihasilkan oleh 166 KK di lingkungan RW 08 tersebut sudah mulai dikelola dengan menerapkan metode 3R dengan hasil luarannya berupa kompos dan sampah non organik yang sudah dipilah berupa sampah kayu, sampah kertas dan sampah plastik yang mempunyai nilai guna, bernilai ekonomis kembali dan dapat dijual. Namun bank sampah Sekarwangi baru menerima sampah dari 3,34% penduduk atau rumah tangga (Maulana, 2022).

Agar pengelolaan bank sampah berjalan baik dan secara berkelanjutan harus didukung banyak pihak dan faktor terutama 1) adanya kemauan masyarakat untuk berubah untuk peduli dengan lingkungan, 2) partisipasi masyarakat selama program berjalan yaitu partisipasi pikiran, waktu, tenaga dan partisipasi kemahiran dan keterampilan mengelola, 3) dukungan pengurus lingkungan, serta 4) peran dari pemerintah setempat yang aktif dan terus menerus mengawal berjalannya program (Nabiilah, 2021).

Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah dimulai dari kegiatan di lingkungan rumah tangga

untuk memilah sampah. Setelah melewati proses pemilihan sampah tersebut akan dibawa ke pengepul, atau didaur ulang dengan mengkreasikan sampah-sampah dibuat menjadi kerajinan unik bernilai ekonomi dan atau dibuat menjadi pupuk organik. Dengan adanya partisipasi dari masyarakat akan membuat sampah-sampah yang dikelola oleh bank sampah menjadi lebih bermanfaat, selain itu bisa berkurangnya jumlah sampah yang akan dibawa ke TPS (Tempat Penampungan Sampah Sementara).

Pada proses kegiatan di bank sampah, masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan tersebut, walau terkadang adanya kendala saat pelaksanaan kegiatan tersebut seperti sikap masyarakat yang kurang peduli dengan lingkungan. Rendahnya partisipasi masyarakat menjadi kendala dalam keberhasilan berjalannya program yang dibuat pemerintah dalam menangani masalah sampah. Tidak semua penduduk memanfaatkan bank sampah. Masyarakat belum terbiasa memilah dan memanfaatkan bank sampah di lingkungannya. Untuk itu diperlukan sebuah kerjasama dan pembinaan yang dilakukan secara terus menerus dari berbagai pihak yang peduli dengan kondisi lingkungan termasuk dari kalangan akademisi (perguruan tinggi).

Peranan kalangan akademisi (dosen dan mahasiswa perguruan tinggi) untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam mengelola sampah pada bank sampah sangat penting. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh tim dosen dari Universitas Persada Indonesia (UPI Y.A.I) merupakan manifestasi dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, sebagai komitmen perguruan tinggi dalam berkontribusi membangun ekosistem yang inklusif dan berkelanjutan dalam menjaga lingkungan.

Beberapa kegiatan PKM yang dapat diimplementasikan antara lain seperti penyuluhan, pelatihan dan lokakarya untuk anggota bank sampah dan masyarakat setempat. Tim dosen dari UPI Y.A.I dapat memberikan pengetahuan yang diperlukan tentang pengelolaan sampah, termasuk pemilahan, daur ulang, dan penggunaan produk-produk hasil daur ulang serta mengkreasikan sampah non organik menjadi barang yang dapat bernilai ekonomi. Dengan memberikan pemahaman yang kuat, diharapkan dapat membantu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola sampah secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka Tim dosen dari UPI Y.A.I melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul: **Mengelola Sampah Non Organik Menjadi Barang Bernilai Ekonomi Di Bank Sampah Sekarwangi LMK Forum RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur**

1.2 Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Memotivasi warga masyarakat di wilayah ini untuk tetap beraktivitas, menyalakan roda ekonomi keluarga dengan serba keterbatasan dan kendala dengan memanfaatkan sampah menjadi produk berdaya guna.
2. Meningkatkan pengetahuan warga, memberikan ide-ide dan menumbuhkan kembangkan potensi sampah rumah tangga sebagai bahan baku yang bernilai ekonomi dan mampu menopang ekonomi keluarga lewat penjualan hasil olahan sampah, baik sampah organik maupun non organik.
3. Mengidentifikasi hambatan dalam pengelolaan limbah rumah tangga untuk produk bernilai ekonomis.

1.3 Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat dari kegiatan yang diadakan ini sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman dan kesadaran warga masyarakat di wilayah RW 08 untuk tetap mengelola kebersihan lingkungannya dari sampah dengan baik agar mendapat anugrah dari pemerintah atau pihak lain yaitu Penghargaan Adipura.
2. Warga dan pengelola bank sampah mendapatkan tambahan ilmu mengenai ide-ide bagaimana membangun, menumbuh kembangkan potensi sampah rumah tangga dan memanfaatkan sampah menjadi produk yang bernilai jual untuk diajarkan ke warga lainnya
3. Mengetahui hambatan dalam pengelolaan limbah rumah tangga menjadi produk bernilai ekonomis agar dapat dicari solusinya.

1.4 Target dan Luaran

Adapun target dan luaran yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Meningkatnya peran Universitas sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat dengan program atau kegiatan penyuluhan dan ketrampilan yang diberikan guna memberikan nilai tambah bagi ekonomi keluarga.
2. Meningkatnya kemampuan usaha warga masyarakat, menjalankan ekonomi keluarga dengan memanfaatkan sampah sehingga berguna lagi dan dapat menjadi produk ekonomis yang bernilai jual.
3. Produk pengabdian berupa modul pelatihan yang bisa dimanfaatkan untuk belajar menata kondisi lingkungan khususnya tentang sampah.

2. PERMASALAHAN

Dari Survey pendahuluan dan observasi yang kami lakukan, maka disimpulkan bahwa potret permasalahan yang dihadapi mitra adalah :

1. Masih kurangnya kesadaran warga memelihara kebersihan lingkungan dan partisipasi dalam mengelola sampah di lingkungan tempat tinggalnya dengan menerapkan 3R (reduce, reuse dan recycle).
2. Belum maksimalnya pelaksanaan program atau kegiatan bank sampah guna memberikan nilai tambah bagi kehidupan ekonomi keluarga warga.
3. Belum memahami ketrampilan dan belum mempunyai ide dan kreativitas maksimal dalam membuat produk olahan sampah yang dapat bernilai ekonomi dan dapat dijual.

3. METODOLOGI

Metode yang kami gunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari beberapa tahapan, yaitu :

1. Survey Pendahuluan

Survey pendahuluan dilakukan sebagai langkah awal yang ditujukan untuk mengetahui latar belakang mitra, permasalahan yang dihadapi mitra dan solusi yang telah dan akan dilakukan. Dari survey pendahuluan tersebut disepakati diadakannya pengabdian kepada masyarakat dari tim dosen UPI Y.A.I. dengan para pengelola bank sampah Sekar Wangi, pengurus lingkungan dan aparat pemerintahan serta beberapa warga setempat yang bertujuan untuk memberikan penyuluhan kepada para mitra tersebut agar mendapatkan tambahan wawasan, ilmu dan motivasi mengenai kesadaran menjaga kebersihan lingkungannya, pengelolaan bank sampah yang optimal, pemanfaatan sampah organik menjadi kompos dan bagaimana membuat suatu produk dari sampah (barang bekas) dijadikan handycraft (kerajinan tangan) yang bernilai ekonomi dan mempunyai nilai jual sehingga memberikan nilai tambah bagi pendapatan keluarga warga RW 08 Kelurahan Pulo Gebang, Cakung Jakarta Timur.

2. Observasi

Kami melakukan observasi terlebih dahulu karena observasi merupakan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala-gejala yang ada. Dan dari hasil observasi kami dapat mengetahui permasalahan yang ada pada mitra sasaran. Calon mitra sangat kooperatif dan partisipatif dalam memberikan keterangan-keterangan, data-data dan informasi yang diperlukan kepada tim dosen. Begitu juga pada saat tim merencanakan waktu dan tempat kegiatan penyuluhan dan pelatihan, mitra dengan antusias memberikan alternatif waktu kegiatan

3. Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan

Kegiatan PKM berupa penyuluhan yang dilaksanakan secara hybrid yaitu:

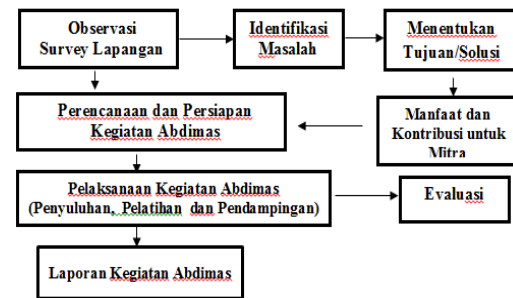
- 1) secara offline di kantor RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur yang dihadiri oleh tim dosen YAI, aparat LMK Forum RW 08 dan pengurus Bank Sampah Sekarwangi Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur,
- 2) secara online (Webinar) melalui Aplikasi Zoom Cloud Meeting kepada beberapa warga dan anggota Bank Sampah Sekarwangi RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini bersifat insidental, dilaksanakan pada hari kamis, tanggal 19 Januari 2023 mulai pukul 16.00 s.d selesai. dengan 5 pembicara dari tim dosen yang menyampaikan materi dengan tema yang berbeda-beda.

4. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu kegiatan yang telah dilakukan. Apakah kegiatan PKM yang dilaksanakan meningkatkan pemahaman dan kesadaran warga tentang pentingnya pengelolaan dan pengolahan sampah yang efektif dan efisien melalui bank sampah.

Adapun skema kegiatan :



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan PKM

Sumber : Tim Dosen UPI Y.A.I., 2023

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendirian bank sampah Sekarwangi di RW 8 Pulogebang, Cakung, Jakarta Timur, diawali karena terganggunya warga oleh tumpukan sampah di sekitar tempat tinggal mereka. Sampah tak saja berasal dari rumah penduduk perumahan ini, juga dari penduduk yang tinggal di tempat lain. Akibat tak tertampung, sampah meluber ke jalan perumahan. Bau dan tak enak dipandang. Ibu-ibu di lingkungan RW 08 mengadakan problem lingkungan itu kepada Ketua RW. Setelah berembuk dengan pengurus lain, membaca referensi di Google, para warga setuju menyetop sampah ke tempat pembuangan sementara di perumahan itu dengan menampungnya di bank sampah.

Menempati bangunan markas kantor RT 12, para ibu mendirikan Bank Sampah Sekarwangi pada Agustus 2019. Konsepnya sederhana yaitu mencegah sampah masuk ke tempat penampungan. Para pengurus bank sampah akan membeli sampah dari masyarakat dan memberikan nilai lebih jika mereka memilahnya sejak dari rumah. Petugas bank sampah tidak mendapatkan gaji karena mereka bekerja secara sukarela.

Ada 15 orang pengurus atau petugas bank sampah Sekarwangi yang bertugas menimbang, mencatat, dan mengirimkannya ke Dinas Lingkungan Hidup. Nasabahnya tak tetap tiap pekan.

Kadang 150 orang yang menyeter, kadang bisa sampai 180 orang per pekan. Petugas menabung sampah itu dan menyeterkannya ke Dinas Lingkungan Hidup tiap dua pekan.



Gambar 2. Ibu-ibu Pengurus Bank Sampah Sekarwangi RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur

Sumber : Dokumen Tim Dosen UPI Y.A.I., 2023.

Sampah di bank sampah Sekarwangi dibedakan menjadi tiga yaitu sampah kertas, plastik, dan organik sisa makanan. Warga bisa menyeter semua sampah ke bank sampah lalu mendapatkan uang dari per kilo sampah yang mereka setorkan. Harga tiap jenis sampah berbeda-beda karena harga jual kembali untuk industri daur ulang juga berbeda-beda.



Gambar 3. Kegiatan Memilah Sampah oleh Pengurus Bank Sampah Sekarwangi

Sumber : Dokumen Tim Dosen UPI Y.A.I., 2023.

Sampah plastik dan kertas, terutama kardus masih mempunyai nilai ekonomi. Dinas Lingkungan Hidup Jakarta menyediakan tempat pengolahan sampah plastik dan kertas untuk dijadikan produk kembali oleh industri daur ulang. Penjualan kepada Dinas

Lingkungan itu membuat sampah penduduk Pulogebang jadi bernilai. Jumlah sampah plastik tiap pengiriman rata-rata 800 kilogram. Sementara sampah organik dikompos secara sederhana menjadi pupuk yang bisa diambil oleh siapa saja untuk menghidupi tanaman di teras rumahnya.



Gambar 4. Kegiatan Menimbang Sampah oleh Pengurus Bank Sampah Sekarwangi

Sumber : Dokumen Tim Dosen UPI Y.A.I., 2023.

Pengurus Sekarwangi membeli gelas plastik Rp 3.000 per kilogram, harga termahal dibanding sampah lain. Pengurus kemudian menjualnya ke Dinas Lingkungan Rp 5.500. Selisih penjualan kembali sampah gelas plastik tersebut menjadi keuntungan yang dikembalikan kepada masyarakat dan dijadikan uang kas untuk operasional bank sampah.



Gambar 5. Spanduk Kegiatan PKM

Sumber : Dokumen Tim Dosen UPI Y.A.I., 2023.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di kantor Bank Sampah Sekarwangi LMK Forum RW 08 kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur pada tanggal 19 Januari 2023 diawali dengan pembukaan acara oleh moderator dan kata sambutan oleh perwakilan tim abdimas UPI Y.A.I

dan ketua LMK Forum RW 008, kelurahan Pulo Gebang. Selanjutnya pemaparan materi dimulai dengan penjelasan mengenai “Nilai Ekonomi Sampah” oleh pembicara pertama, “Mengolah Sampah Organik dan Non Organik” (pembicara 2), “Peluang Bisnis Sampah Olahan” (pembicara 3), “Sampah Rumah Tangga Dalam Konsep Lingkungan” (pembicara 4), dan terakhir “Menjadikan Sampah Sebagai Alternatif Usaha Sampingan” (pembicara 5).



Gambar 6. Kegiatan Penyuluhan Tim Dosen Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Sumber : Dokumen Tim Dosen UPI Y.A.I., 2023.

Materi penyuluhan disampaikan oleh narasumber dengan metode ceramah dan diskusi dengan memanfaatkan laptop dan LCD untuk menayangkan materi powerpoint yang dilengkapi dengan gambar-gambar, termasuk penayangan video pemanfaatan kerajinan sampah bungkus minuman. Pemanfaatan laptop dan LCD untuk membantu peserta pelatihan lebih mudah memahami materi pengelolaan sampah yang disampaikan, mengingat materi pelatihan relatif banyak dan waktu pelatihan yang terbatas.

Materi penyuluhan pertama yang disampaikan kepada mitra (warga) mengenai definisi sampah, klasifikasi sampah, sumber sampah, dampaknya bagi lingkungan dan kesehatan serta nilai ekonomi sampah dari daur ulang yang dapat dimanfaatkan.

Sampah dijelaskan sebagai bahan yang terbuang atau dibuang dari sumber aktivitas manusia maupun alam yang belum memiliki nilai ekonomi. Sampah berdasarkan sumber dibedakan menjadi sampah organik dan non organik.



Gambar 7. Materi Yang Diberikan Pengabdian Masyarakat

Sumber : Materi Tim Dosen UPI Y.A.I., 2023.

Sampah organik merupakan segala limbah yang mengandung unsur Karbon (C), meliputi limbah dari makhluk hidup (misalnya kotoran hewan dan manusia seperti tinja (feces), yang mengandung mikroba patogen, air seni (urine) umumnya mengandung Nitrogen dan Posfor) sisa makanan (sisa-sisa sayuran, wortel, kol, bayam, salada dan lain-lain) kertas, kardus, karton, air cucian, limbah kamar mandi, minyak goreng bekas dan lain-lain. Limbah tersebut ada yang mempunyai daya racun yang tinggi, misalnya: sisa obat, baterai bekas, dan air aki. Namun secara teknis sebagian orang mendefinisikan limbah organik sebagai limbah yang hanya berasal dari makhluk hidup (alami) dan sifatnya mudah busuk. Padahal sampah atau limbah seperti kertas, baterai bekas, dan air aki juga merupakan bahan organik tetapi sampah organik sintetik (buatan) yang sulit membusuk atau terurai dan tergolong (B3) yaitu bahan berbahaya dan beracun.

Sampah non organik (Anorganik), berdasarkan pengertian secara kimawiyaitusampah atau limbah yang tidak mengandung unsur karbon, seperti logam (misalnya besi dari mobil bekas atau perkakas dan aluminium dari kaleng bekas atau peralatan rumah tangga), kaca dan pupuk anorganik (misalnya yang mengandung unsure nitrogen dan fospor). Limbah-limbah ini tidak memiliki unsur karbon sehingga tidak dapat diurai atau sulit terurai atau busuk secara alami oleh

mikro organisme pengurai. Seperti halnya limbah organik,

Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), jenis komposisi sampah di Indonesia didominasi oleh sampah organik, kemudian pada urutan kedua yaitu sampah plastik, pada urutan ketiga yaitu sampah kertas dan karet, dan yang terakhir yaitu jenis sampah lainnya seperti logam, kain, kaca serta jenis sampah lainnya (Agung, K., et al, 2021).

Pada materi kedua, bagaimana cara pengelolaan sampah yang disarankan dan mengoptimalkan pemanfaatan bank sampah untuk mengatasi permasalahan sampah yang ada di lingkungan RW 008, kelurahan Pulo Gebang. Pemateri menjelaskan pula mengenai cara mengelola sampah organik dengan menjadikannya pupuk organik melalui pengelolaan dan pengolahan yang sangat sederhana yang dapat dilakukan oleh setiap warga.

Prinsip 4R dijelaskan pula sebagai berikut: (1) Prinsip mengurangi (*reduce*) artinya bahwa masyarakat bisa berusaha dalam mengurangi produksi sampah yang dihasilkannya, misalkan saat berbelanja membawa kantong/tas belanja sendiri, lebih bagus lagi saat menggunakan kantong/tas yang dapat dipakai berkali-kali. (2) Prinsip menggunakan kembali (*reuse*), yaitu memanfaatkan kembali barang-barang bekas yang dapat digunakan kembali seperti galon, botol kecap/sirup (ditukar dengan yang baru). (3) Prinsip daur ulang (*recycle*) bisa diterapkan dengan membuat pupuk/kompos dari sampah organik, pot-pot dari barang plastik/karet bekas, ataupun menggunakan kreatifitas yang lainnya sehingga sampah bisa dimanfaatkan kembali. (4) Prinsip mengganti (*replace*) memiliki arti mengganti bahan- bahan yang dipakai dengan bahan yang lebih ramah lingkungan. Misalnya, tas kresek diganti dengan kain yang dapat digunakan berulang kali. Dari prinsip 4R (*reduce*,

reuse, *recycle* dan *replace*) yang dijelaskan, prinsip 3R sudah diterapkan oleh sebagian warga dan petugas bank sampah Sekarwangi RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur.

Pada pemaparan materi berikutnya lebih dikhusus dalam pendaur-ulangan sampah agar dapat dimanfaatkan kembali seperti tas belanja, hiasan kamar, dompet, lampu hias, tempat pensil, keranjang, dan lainnya. Kreativitas pemanfaatan sampah plastik menjadi kerajinan tangan adalah solusi yang cukup baik untuk mengubah sampah plastik menjadi barang yang berguna kembali, bahkan memiliki nilai jual serta dapat dikreasikan menjadi barang yang mempunyai nilai estetika. Salah satunya mengubah sampah plastik menjadi barang yang dapat digunakan kembali, mendaur ulang sampah botol plastik yang dikreasikan menjadi hiasan pot yang bernilai estetik untuk hiasan di dalam/luar rumah.

Proses daur ulang limbah plastik dalam bentuk produk yang sama ataupun produk yang baru, baik dari jenis atau fungsinya melibatkan proses pengumpulan, pemisahan dan pemrosesan. Dibutuhkan sebuah cara efektif agar sampah plastik yang terkumpul sudah terpisah berdasarkan kategori jenis plastik, sehingga proses daur ulang di tingkat selanjutnya dapat dilakukan lebih efisien.

Pengelolaan daur ulang sampah plastik yang ergonomis (material yang memenuhi aspek keamanan, keselamatan, kenyamanan, kesehatan) dan terintegrasi dengan baik akan dapat membantu dalam upaya pengurangan jumlah sampah plastik di lingkungan. Aspek-aspek atau kriteria yang perlu diperhatikan dalam penyusunan manajemen pengelolaan daur ulang sampah antara lain yaitu secara teknis, ekonomis, ergonomis, sosio-kultural, bisa dipertanggung-jawabkan, hemat energi, dan turut melestarikan lingkungan.

Jenis sampah plastik yang pemulung, lapak maupun bandar kelompokkan menjadi 8 kategori yaitu :
1) Plastik putih/bening, 2) Plastik bak, 3) Plastik botol, 4). Plastik atom, 5) Plastik gelas, 6) Plastik campur, 7) Plastik PE-putih, dan 8) Plastik tas kresek. Dari 8 jenis plastik tersebut yang dikelola oleh bank sampah Sekarwangi adalah jenis plastik botol dan plastik gelas yang memiliki karakter berwarna jernih/transparan/tembus pandang. Sampah plastik ini disetor ke pemulung untuk dijual ke industri daur ulang.

Jika semua RT di Jakarta memiliki bank sampah, dan semua penduduk memilah sampah sejak dari rumah, problem sampah organik dan non organik (seperti plastik, kertas, dan logam) sebetulnya bisa tertangani sejak dari hulu. Jika sampah organik dan anorganik selesai di hulu, 77% sampah Jakarta tak perlu dikirim ke TPST Bantargebang.

Peranan masyarakat, pengurus lingkungan, petugas bank sampah dan pemerintah setempat menjadi peran strategis yang harus saling terintegrasi dan berkelanjutan dalam proses terlaksananya kegiatan bank sampah di lingkungannya masing-masing. Karena masalah sampah itu bukan hanya tugas pemerintah tetapi masyarakat juga sangat memiliki peran untuk bisa melestarikan dan menjaga lingkungan yang ada di sekitarnya.

Penerapan pengelolaan sampah di Warga RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur (penerapan 3R, pemilahan sampah organik dan non organik serta pemilahan sampah medis dan non medis) masih perlu ditingkatkan dengan mengacu kepada anjuran dan peraturan dari pemerintah pusat maupun dari pemerintah daerah yang berlaku. Perangkat daerah setempat juga perlu mendukung upaya pengelolaan sampah dengan baik dengan menyediakan sarana dan prasarana yang memadai seperti

menyediakan tempat sampah secara terpisah di depan rumah masing-masing warga setempat. Alat pengangkut sampah perlu diberikan sekat pemisah antar jenis sampah atau perlu adanya dua alat pengangkut yang berbeda. Pengetahuan yang baik dan kemauan yang tinggi, namun tanpa adanya sarana dan prasarana yang mendukung akan membuat penerapan pengelolaan sampah tidak berjalan dengan maksimal.

Saat kegiatan PKM berlangsung tampak beberapa peserta sambil aktif menjalankan fungsinya sebagai petugas bank sampah dan pada akhir pemaparan materi ada sesi diskusi. Peserta bertanya dan bertukar pengalaman mengenai materi yang telah disampaikan dan aktivitas bank sampah. Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah :

1. Antusiasme peserta dalam pelaksanaan kegiatan, terlihat dari respon baik peserta yang mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan ini.
2. Peserta berhasil termotivasi dengan materi yang disampaikan nara sumber dengan adanya ide-ide baru yang akan/dapat diimplementasikan

Penyuluhan dan pelatihan berjalan lancar. Setelah sesi pemaparan materi berakhir, tim dosen melakukan foto bersama dengan peserta dan pembicara (nara sumber).



Gambar 8. Tim Dosen UPI Y.A.I, Petugas Bank Sampah Sekarwangi dan Peserta, Pengabdian Masyarakat

Sumber : Dokumen Tim Dosen UPI Y.A.I., 2023.

5. KESIMPULAN

Kegiatan PKM ini merupakan bentuk penyuluhan dan pelatihan kepada para pengelola bank sampah Sekarwangi, pengurus lingkungan dan aparat pemerintahan serta beberapa warga RW 08 Kelurahan Pulogebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur agar mendapatkan tambahan wawasan, ilmu dan motivasi mengenai kesadaran menjaga kebersihan lingkungannya, pengelolaan bank sampah yang optimal, pemanfaatan sampah organik dan non organik sehingga berguna lagi dan dapat menjadi produk ekonomis yang bernilai jual.

Kerja sama dengan perguruan tinggi (akademisi) untuk memberikan pengarahannya dalam kegiatan menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan sampah guna melindungi lingkungan dan masyarakat sekitarnya dari dampak negatif sampah juga perlu dilaksanakan secara berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, K., Juita E., & Zuriyani, E. 2021. Analisis Pengelolaan Sampah di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Desa Sido Makmur Kecamatan Sipora Utara. *JPIG (Jurnal Pendidikan dan Ilmu Geografi)*; 6(2): 115–24
- Annur, Cindy Mutia. (2023). Indonesia Hasilkan 35 Juta Ton Sampah Sepanjang 2022, Mayoritas Sisa Makanan. <https://databoks.katadata.co.id/data/publish/2023/10/19/indonesia-hasilkan-35-juta-ton-sampah-sepanjang-2022-mayoritas-sisa-makanan>. Tanggal retrieve 10/10/2023
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Retrieved January 28, 2022, from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/05/05/1672/februari-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-99-persen.html>
- Damanhuri, E dan Padmi, T. (2016). Pengelolaan Sampah Terpadu: Edisi Pertama. Bandung : Penerbit ITB.
- Fauziah, Muna. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bank Sampah Di Yayasan Pulo Kambing Jakarta Timur. Skripsi. Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri.
- Harjanti, I. M. & Anggraini, P. (2020). Pengelolaan Sampah di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Jatibarang, Kota Semarang. *Jurnal Planologi*, Vol. 17, No.2:185–97. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/psa>
- Maulana, Rama. (2022). Bank sampah, salah satu solusi jitu di hulu pengelolaan sampah. <https://www.ekuatorial.com/2022/05/bank-sampah-salah-satu-solusi-jitu-di-hulu-pengelolaan-sampah/>
- Maya, S, Haryono, S, & Kholisya, U. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Sampah Menjadi Nilai Ekonomis dan Pembentukan Bank Sampah di Kelurahan Tanjung Barat. *Proceeding of Community Development*, 1(2), 157. <https://doi.org/10.30874/comdev.2017.2.1>
- Nabiilah, Ayyasy. (2021). Partisipasi Masyarakat Dalam Mengelola Sampah Rumah Tangga Melalui Program Bank Sampah Sekar Wangi Di Kelurahan Sukamaju Kecamatan Cilodong Kota Depok Provinsi Jawa Barat. Diploma thesis, IPDN. Jatinangor.
- Riswan, Henna Rya Sunoko, Dkk. (2011). Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Di Kecamatan Daha Selatan, *Jurnal Ilmu Lingkungan*, Vol. 9, No 1, 2011, hlm 31.
- Zairinayati, Z., Maftukhah, N. A., & Novianty, N. (2020). Pengelolaan Sampah Bernilai Ekonomi Berbasis Masyarakat. *BERDIKARI: Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks*, 8(2), 132–141. <https://doi.org/10.18196/bdr.8285>



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus A : Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat 10340, Indonesia

Telp : (021) 3904858, 31936540 Fax : (021) 3150604

Jakarta, 27 September 2023

Nomor : 896/D/FEB UPI Y.A.I/IX/2023
Lampiran : -
Hal : Surat Tugas Penulisan Jurnal

Kepada Yth :

- **Bida Sari, SP, MSi**
- **Estu Mahanani, SP, MM**

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Di –

Tempat

Bersama ini kami menugaskan sebagai Tim Penulis di Jurnal dengan Judul **“Workshop Phone Graphy sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Digital Produk UMKM Binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok”**. Vol 7 No 3 November 2023, dan berperan sebagai :

- **Penulis ke-1 a.n Bida Sari, SP, MSi**
- **Penulis ke-2 a.n Estu Mahanani, SP, MM**

Diharapkan dapat memberikan laporannya pada kami paling lambat 1(satu) Minggu setelah jurnal tersebut diterbitkan.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

Fakultas Ekonomi & Bisnis UPI Y.A.I

Dr. Marhalinda, SE, MM

Dekan

Vol 7 No 3 November 2023

ISSN 2654 - 5721

E-ISSN 2654 - 7546

Ikra-ith Abdimas



UPI YAI

ABDIMAS

Universitas Persada Indonesia YAI



Current Archives About

[Home](#) / [Editorial Team](#)

Editorial Team

Reviewer

Prof.Dr.Ir.Agus Djoko Santosa, SU (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=bEzmLN8AAAAJ&hl=id>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6028335>)

Dr. Sularso Budilaksono.MKom (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=vj4pbeUAAAAJ>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6006412>)

Dr. Kuncono Teguh Yuniato, Spsi. Mpsi (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?user=HUsLDJMMAAAJ&hl=en>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6159740>)

Dr. Hadi Sutopo, MMSI (Kalbis Institute)

(<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=bKLoZpsAAAAJ>)

Chief in Editor

Dr. Rilla Sovitriana, Spsi. MPsi (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)

(<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=L0kYswoAAAAJ>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6139565>)

Editor

Sarpan, SAg. MM (Universitas Persada Indonesia Y.A.I) (<https://scholar.google.co.id/citations?user=MU7S560AAAAJ&hl=en>) (<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6701791>)

Evi Syafrida Nasution (Universitas Borobudur) (<https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=P9oCYx0AAAAJ>) (<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5988388>)

Fetty Dwi Rahmayanti, S.P,M.I.L (Universitas Borobudur)
(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6646702>) (https://scholar.google.com/citations?user=PKNuj_UAAAAJ&hl=en) ID Orchid : 0000-0003-1345-3511

Dr. Ahmad Faisal,SE.,MM id (Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma)

(<https://scholar.google.com/citations?user=7W6qIJ8AAAAJ&hl>)

(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6716433>) Orcid id 0000-0003-2657-1234

Dr. Sri Yanthy Yosepha, S.Pd. MM (<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6164930>)

(<https://scholar.google.com/citations?user=dmen-VIAAAAJ&hl=id>)





[Current](#) [Archives](#) [About](#)

[Home](#) / [Archives](#) / Vol. 7 No. 3 (2023): Jurnal IKRAITH-ABDIMAS Vol 7 No 3 November 2023

Vol. 7 No. 3 (2023): Jurnal IKRAITH-ABDIMAS Vol 7 No 3 November 2023



DOI: <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v7i3>

Published: 2023-10-26

Articles

Sosialisasi Kelompok Asuhan Mandiri Delima 5 Dan Manfaat Tanaman Toga dan Akupresur

Renika Pramesti, Sudevi Mudifah, Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, Meisyanti Meisyanti

1-7



Focus Group Discussion (FGD) Pendampingan dalam Perekrutan dan Pelatihan Kompetensi bagi Pemuda Desa Miskin Putus Kerja sebagai Pemandu Wisata Trekking Sentul, Bogor

Euis Puspita Dewi , I Gede Agus Suwartane , Hanni Adriani , Khina Januar Rahmawati, Thasyia Ramadhana

8-15



Penyuluhan Pentingnya Pemahaman Hobi Menjadi Uang Bagi Anak Pada Majlis Taklim Anak, Kebun Baru Jakarta Selatan

Nelli Novyarni, Imelda Aprileny, Reni Harni, Kartijo Kartijo, Eko Cahyo Mayndarto

16-23



Pengolahan Sampah Organik Menggunakan Maggot BSF di Pulau Pari Propinsi DKI Jakarta

Meitayani Meitayani, Nur Asiah, Devi Anugerah

24-29



Peningkatan Kualitas Produksi Tempe Dan Manajemen Keuangan Pada Pengusaha Tempe Di Perumahan Kopti Macan Lindungan

Sofiah Sofiah , Cindi Ramayanti , Ahmad Junaidi, Fernando Africano

30-37



Tutorial Pembelajaran Tahapan Teknik Passing Sepak Bola Melalui Latihan Drill Passing Pada Anak Usia 8 - 10 Tahun

Yusmawati Yusmawati, Eva Julianti P, Susilo Susilo , Windu Hanggoro

38-43



Transformasi Digital Dan Pengukuran Kompetensi Pedagogik Serta Pengukuran Profil Berkelanjutan Guru Sdn Kedoya Utara

Ratnawati Susanto , Herlinda Sofyan , Yulhendri Yulhendri

44-51



Peningkatan Kebugaran Dan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Dengan Senam Rhythmic Auditory Stimulation Dan Gizi Seimbang Siswa

Jerry Maratis , Harna Harna , Fachmi Tamzil

52-58



Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Guru Se-Kecamatan Jorlang Hataran Melalui Penguatan Literasi Teknologi Untuk Mendukung Implementasi Kurikulum Merdeka Belajar

Nancy Angelia Purba, Eva Pratiwi Pane, Vita Riahni Saragih, Reagan Surbakti

59-66



Penerapan Aplikasi Green Economy Digital Nitipsampah dalam mengolah limbah sampah rumah tangga di Cluster Winola Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan

Try Wulandari , Abdul Kholik , Mariska Putri Pratiwi

67-73



Workshop Phone Graphy Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Digital Produk UMKM Binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok

Bida Sari , Estu Mahanani, Ahmad Muhammad Thantawi

74-82



Pengembangan Fitur Keuangan Sianas Mobile untuk Yayasan Anak-Anak Terang Indonesia

Yohanes Priadi Wibisono, Bakti Suratmanto, Emanuel Ristian Handoyo

83-90



Pelatihan Pemograman Dengan Aplikasi Scratch Untuk Mengenalkan Keterampilan Berpikir Komputasional Bagi GuruGuru SD di Gugus III Kecamatan Tilatang Kamang

Erwinsyah Satria , Hendrizal Hendrizal, Daswarman Daswarman, Yulfia Nora, Ira Rahmayuni Jusar

91-103



Penguatan Kapabilitas BUMDes "Sindangkarya" Desa Sindangheula Dalam Pengembangan Bisnis

Encep Saefullah, Ahmad Mukhlis , Dedy Khaerudin

104-109



Workshop *Phone Graphy* Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Digital Produk UMKM Binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok

Bida Sari¹, Estu Mahanani², Ahmad Muhammad Thantawi³

^{1,2,3}Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

E-mail : bida.sari@upi-yai.ac.id¹, estu.mahanani@upi-yai.ac.id², thantawi@upi-yai.ac.id³

ABSTRAK

Kemampuan wirausaha atau pelaku UMKM untuk bertahan di tengah pandemi dan upaya meningkatkan kinerja kembali di masa new normal sangat dibutuhkan dengan penguasaan skill pemasaran yang baik dalam melakukan perdagangan secara online atau promosi secara digital. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan edukasi dan pelatihan mengenai *phone graphy* melalui optimalisasi penggunaan *smartphone* sebagai strategi promosi digital marketing untuk memasarkan produk mitra secara menarik sehingga mitra mampu meningkatkan penjualannya. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan melibatkan 15 orang mitra pelaku UMKM yang menjadi binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok. Pelatihan ini berhasil memberikan edukasi dan peningkatan skill dasar mitra mengenai *digital marketing* terutama terkait dasar-dasar fotografi, videografi dan membuat konten di sosial media yang dapat diterapkan oleh mitra. Hasil dari kegiatan ini diharapkan adalah meningkatnya penjualan mitra sebesar 10%-50% dari sebelumnya. Kegiatan ini hendaknya menjadi agenda rutin bagi pihak-pihak terkait, sehingga mendorong peningkatan penjualan mitra UMKM khususnya binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok.

Kata kunci : *Phonegraphy, Pemasaran Digital, UMKM Binaan*

ABSTRACT

The ability of entrepreneurs or MSME actors to survive in the midst of a pandemic and efforts to improve performance again in the new normal period is urgently needed by mastering good marketing skills in conducting online trade or digital promotion. The purpose of this service is to provide education and training regarding phone graphy through optimizing the use of smartphones as a digital marketing promotion strategy to market partners' products in an attractive way so that partners are able to increase their sales. The method used in this community service activity is in the form of training involving 15 MSME partners who are fostered by GEMMA Indonesia Raya, Depok. This training succeeded in providing education and improving partners' basic skills regarding digital marketing, especially related to the basics of photography, videography and creating content on social media that partners can apply. The result of this activity is expected to be an increase in partner sales by 10% -50% from before. This activity should become a routine agenda for related parties, so as to encourage increased sales of MSME partners, especially those assisted by GEMMA Indonesia Raya, Depok.

Keyword : *Phonegraphy, digital marketing, MSME*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan ataupun badan usaha dan sesuai dengan kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga dalam lingkup mikro (Ariyanto & Dkk, 2021). Pengertian UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam undang-undang.

UMKM merupakan salah satu penggerak pembangunan dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia termasuk dalam menciptakan lapangan kerja. Namun, akibat pandemi Covid-19 sektor UMKM ini sebagai salah satu sektor penopang ekonomi bangsa yang paling sangat terdampak yang menghantam pelaku-pelaku UMKM Indonesia bagaikan sebuah *perfect storm*. Berdasarkan data dari Katadata Insight Center 2020, terdapat sekurangnya 37.000 pelaku UMKM yang terdampak selama pandemi, yaitu dengan survei menunjukkan hanya 5,9% UMKM yang mampu memetik untung ditengah pandemi. Tetapi di sisi lain terdapat 82,9% pelaku usaha yang terkena dampak negatif pandemi. Bahkan terdapat 63,9% mengalami penurunan omzet lebih dari 30%.

Suatu bisnis atau usaha berjalan bukan hanya mengenai keuntungan (profit) saja, melainkan melibatkan banyak hal yang saling berhubungan, seperti hubungan antara penjual dan pembeli, produsen dan konsumen, distributor dengan konsumen dan sebagainya (Mahanani, Estu, et.al., 2022a). Seorang pengusaha atau pembisnis (*Entrepreneurship*) harus dapat mengkolaborasi dan bersinergi dengan semua pelaku bisnis tersebut guna menjalankan usahanya agar berkembang dan berkelanjutan.

Untuk menjadi wirausahawan harus memiliki motivasi tinggi, kreatif, inovatif, produktif, adaptif komunikatif dan

mempunyai kemampuan manajemen (*managerial skill*) antara lain manajemen produksi, pemasaran, MSDM, keuangan, manajemen diri dan manajemen waktu. Motivasi untuk mengembangkan usaha diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses segala informasi mengenai peluang kewirausahaan (Mahanani, Estu, et.al., 2022) Selain itu juga wirausahawan harus percaya diri, berani dan optimis untuk mencapai tujuan/cita-cita, berprestasi dan memperoleh keuntungan (Mahanani & Sari, 2018).

Setiap usaha atau bisnis yang akan dijalankan juga membutuhkan perencanaan usaha yang tepat untuk meminimalisir risiko kerugian yang kemungkinan akan terjadi saat menjalankan sebuah bisnis kedepannya (Sari & Rahayu, 2019). Analisis bisnis memiliki peran yang sangat penting, khususnya di era digital saat ini. Bentuk penerapannya pun sangat luas, mulai dari melakukan analisis perilaku konsumen, sumber daya yang tersedia, hingga analisis competitor (Mahanani, Estu, 2022b).

Keberadaan UMKM baik saat pandemi maupun di Era New Normal saat ini dinilai berkontribusi menentukan *survive* (mampu bertahan) tidaknya entitas bisnis dalam aktivitasnya pada berbagai bidang usaha. Pengusaha baik mikro, kecil, menengah maupun besar dengan perencanaan usaha yang tepat dan matang akan mempunyai kemampuan bertahan lebih baik dalam menjalankan usahanya menghadapi situasi tersebut dan dapat meminimalisir risiko kerugian yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, penting bagi pelaku wirausaha untuk memahami mengenai perencanaan usaha dan mengetahui apa saja komponen dari perencanaan usaha agar usaha atau bisnis yang dijalankan dapat berjalan sesuai dengan visi misi usaha yang diinginkan dan tetap bertahan dalam jangka panjang (Sari & Rahayu, 2019).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah pemasaran produk mereka dalam era digital yang terus

berkembang pesat. Pola pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Digitalisasi telah mengubah cara konsumen berbelanja dan berinteraksi dengan barang dan merek, sehingga UMKM perlu mengadopsi strategi pemasaran digital yang efektif untuk tetap bersaing di pasar.

Pemasaran atau bisnis digital (*Digital marketing*) merupakan suatu bentuk kegiatan pemasaran sebuah produk, merek, dan brand melalui atau menggunakan media digital yaitu internet (Mahanani, Estu, 2022b). *Digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. *Social Media Marketing* adalah strategi kegiatan pemasaran menggunakan situs-situs media sosial seperti *Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter, Pinterest, Youtube*, dan sebagainya. Media sosial merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa yang kita miliki melalui internet marketing. Keberadaan berbagai aplikasi *sosial media* yang terus meningkat menjadikan bisnis digital ini semakin berkembang pesat di Indonesia.

Dalam bisnis digital terdapat istilah *E-Business* (Inggris: *Electronic Business*), suatu kegiatan yang menggunakan teknologi internet sebagai media utama untuk menjalankan proses bisnis suatu perusahaan yang dapat menghemat biaya operasional perusahaan karena semua aktivitas dapat dilakukan melalui jaringan internet (Mahanani, Estu, et.al., 2022a).

Menurut Siboro et al., (2021), aspek pemasaran dalam bisnis yang merupakan ujung tombak dari aspek pemasaran adalah promosi. Promosi dengan adanya pemanfaatan media sosial diharapkan lebih banyak orang yang dapat melihat produk yang ditawarkan atau dijual, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.

Peningkatan kinerja bisnis pelaku atau wirausaha UMKM menjadi prioritas dan harus dilakukan melalui berbagai strategi,

misalnya penguasaan skill pemasaran (Soto-Acosta et al., 2018), melakukan perdagangan secara online atau e-commerce, promosi secara digital, serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan (Hardilawati, 2020), atau bergabung ke platform daring (Saraswati & Susrama, 2020).

Daya tarik promosi di media sosial melalui konten promosi dan gambar visual yang menarik serta mempunyai nilai dapat menarik calon pembeli melihat konten dan akhirnya memutuskan untuk membeli (Nuril Esti Khomariah & Puteri Noraisya Primandari, 2021). Penguasaan teknik *phone graphy* dapat menjadi salah satu upaya menciptakan tampilan visualisasi promosi yang menarik dengan gambar atau hasil foto-foto produk atau jasa yang bagus dan menarik.

Phonegraphy yaitu fotografi menggunakan ponsel pintar (*smartphone*), telah menjadi tren yang signifikan dalam pemasaran digital. Kualitas kamera pada *smartphone* terus meningkat (semakin canggih) sehingga memungkinkan orang untuk menghasilkan foto-foto berkualitas tinggi dengan perangkat yang mereka miliki. Selain itu aplikasi pengeditan foto yang mudah dan beragam yang dapat digunakan memungkinkan UMKM untuk menghasilkan konten visual yang menarik untuk pemasaran produk mereka.

Workshop *phonegraphy* dapat menjadi solusi bagi UMKM yang ingin meningkatkan keterampilan fotografi dan pemasaran digital mereka, sebagai upaya meningkatkan pemasaran secara digital barang dan jasa para pelaku UMKM Binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok.

2. PERMASALAHAN

Meskipun pelaku UMKM memiliki produk atau layanan yang bagus, tetapi jika tidak dilakukan pemasaran dan promosi yang efektif, maka usaha mereka mungkin tidak akan dikenal oleh calon pelanggan. Kurangnya upaya dalam memasarkan produk dengan cara-cara yang tepat dapat

menyebabkan penjualan yang rendah dan kesulitan dalam bersaing dengan pesaing.

Banyak usahawan, pembisnis atau pelaku UMKM yang belum mengetahui dan menggunakan teknik *phone graphy* secara optimal untuk memasarkan produk mereka di media sosial dan platform online lainnya. Persaingan yang ketat membuat perlu adanya upaya untuk memastikan bahwa gambar produk yang akan dipasarkan menonjol dan menarik perhatian konsumen di tengah banjir informasi.

Kegiatan workshop ini bertujuan untuk mengedukasi dan mengeksplorasi bagaimana teknik *phone graphy* dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pemasaran digital produk mereka.

Adapun manfaat dari kegiatan yang diadakan ini sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok dapat mengetahui teknik dasar *phone graphy* dan beberapa aplikasi editing yang mudah dipraktikkan.
2. Pelaku UMKM binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok dapat mempraktikkan langsung cara mengambil foto dan video dengan mudah menggunakan smartphone guna kepentingan promosi produk dan jasanya.

Dengan perencanaan yang tepat dan pemahaman tentang teknik *phone graphy* dan beberapa aplikasi editing gambar, para pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan penjualannya melalui gambar yang menarik dan informatif.

3. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan workshop *phone graphy* sebagai media promosi dalam pemasaran digital adalah dengan survey pendahuluan (observasi), FGD, penyuluhan (ceramah), diskusi dan pelatihan.

Kegiatan workshop *phone graphy* ini merupakan kegiatan seri 1 dari PKM hibah yang dilaksanakan oleh tim dosen Universitas Persada Indonesia Y.A.I dengan

mitra para pelaku UMKM binaan Yayasan GEMMA Indonesia Raya, Depok.



Gambar 1 :Spanduk Kegiatan PKM Hibah "Phone Graphy, 24 Juni 2023

Sumber : Dokumen Tim Hibah PKM, 2023

Pelaksanaan kegiatan PKM hibah terdiri dari beberapa tahapan, yaitu :

1. Survey pendahuluan dilaksanakan dengan koordinator UMKM binaan GEMMA, pimpinan Yayasan GEMMA Indonesia Raya yaitu Dr. Sri Setiawati, SPd, M.M. Pelaksanaan survey pendahuluan dilakukan secara online via zoom dengan metode FGD (*Focus Group Discussion*) yang dilakukan antara tim pengusul dan mitra. Survey pendahuluan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui latar belakang mitra, permasalahan dan solusi yang telah dan akan dilakukan. Calon mitra sangat kooperatif. Hal ini ditunjukkan dalam partisipasinya dalam memberikan keterangan-keterangan, data-data dan informasi yang diperlukan kepada tim dosen. Begitu juga pada saat tim merencanakan waktu dan tempat kegiatan pelatihan, bimbingan dan pendampingan, mitra dengan antusias memberikan alternatif waktu kegiatan.

2. Menyusun jadwal kegiatan program PKM. Pelaksanaan kegiatan direncanakan mulai dari persiapan, penganggaran, pelaksanaan program, pelatih/ narasumber, pembimbing teknis dan pendamping, penentuan lokasi kegiatan, fasilitas yang harus disediakan dan bagaimana mediasi antara tim PKM dan para mitra pelaku UMKM.

3. Pelaksanaan kegiatan workshop dengan pendekatan *learning* dengan penyuluhan, *monitoring* dengan pendampingan dan *implementing* dengan pelatihan ditujukan untuk memberikan contoh secara real pada

mitra agar semua mitra dapat mempraktekkan langsung apa yang telah dijelaskan oleh narasumber. Kegiatan ini melibatkan 15 orang mitra pelaku UMKM yang menjadi binaan GEMMA yang dipilih dan diundang dalam workshop (pelatihan) yang dilakukan secara tatap muka dengan tetap menjaga proses selama 1 hari pada tanggal 24 Juni 2023 di Wadini Coffe (Gambar 2) di daerah Cipayung, Jakarta Timur.



Gambar 2. Wadini Cafe, Tempat kegiatan PKM Hibah “Workshop”, di Depok
Sumber : Dokumen Tim Hibah PKM, 2023

4. Pelaksanaan *monitoring* dan evaluasi.

Pelaksanaan *monitoring* merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pelaksana kegiatan dalam mengamati dan memonitor pelaksanaan baik pelatihan, bimbingan teknis (Bimtek), dan pendampingan yang dilakukan. Sedangkan pelaksanaan evaluasi merupakan kegiatan penilaian yang dilaksanakan oleh tim pelaksana mulai dari persiapan sampai pasca program pelatihan, bimbingan teknis, pendampingan, fasilitasi dan mediasi. Kegiatan ini ditujukan untuk menilai hasil semua kegiatan program atau mengukur indikator keberhasilan, juga kelemahan atau kekurangan yang mungkin ada dengan mencari faktor-faktor penyebabnya .

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profile Mitra PKM Hibah

Mitra dalam program PKM ini adalah pelaku UMKM dibawah binaan GEMMA (Gerakan Entrepreneur Masyarakat Maju) Indonesia Raya daerah Depok, khususnya di bidang kuliner dan craft.

Yayasan GEMMA Indonesia Raya beralamat di Teras Country Residence, Jl. Raya Tonjong Blok F No. 25 RT 001 RW 010, Desa Tonjong, Kecamatan Tajurhalang Kabupaten Bogor.



Gambar 3. Lokasi Yayasan GEMMA Indonesia Raya
Sumber : Google Map, 2023

GEMMA Indonesia Raya memiliki visi: “Menjadi pusat pengembangan dan pelatihan wirausaha yang unggul berbasis teknologi dan agama” dan misi:

1. Bersinergi dengan pihak swasta dan pemerintah untuk membentuk kerjasama wirausaha yang strategis,
2. Besinergi dengan pihak eksternal dalam pembentukan komunitas wirausaha di berbagai daerah,
3. Membentuk penggerak wirausaha dalam upaya menciptakan lapangan kerja,
4. Menyelenggarakan diklat kewirausahaan untuk masyarakat dalam upaya meningkatkan kemampuan wirausaha.

GEMMA adalah lembaga berupa yayasan yang menghubungkan antara pebisnis, pemerintah dan pemodal dalam hal pendampingan bisnis. GEMMA Indonesia Raya yang berdiri sejak 2021 merupakan yayasan berbasis kewirausahaan untuk membantu pelaku UMKM berkelas dan mengurangi angka pengangguran terbuka yang akan terus menjadi mitra pertumbuhan UKM dalam mengembangkan bisnis UKM, salah satunya melalui proyek *Student Preneur Academy* (SPACE) dan UKM Organizer.

GEMMA Indonesia Raya merangkul UMKM menjadi UMKM berkelas dengan mendukung gerakan memajukan kewirausahaan dan ekonomi kerakyatan untuk menciptakan kemandirian dan lapangan kerja yang berdampak luas untuk rakyat Indonesia.



Gambar 4. Beberapa Contoh Kegiatan UMKM Binaan Gemma Indonesia Raya
Sumber : Dokumen Instagram Gemma Indonesia Raya, 2023

Pelaksanaan Kegiatan Workshop Phone Graphy

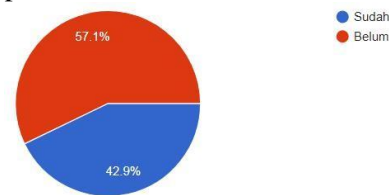
Kegiatan workshop dimulai dari pukul 9.30 WIB dan diawali dengan pembukaan acara oleh moderator dan menyanyikan lagu Indonesia Raya oleh semua panitia dan peserta. Dilanjutkan dengan kata sambutan oleh ketua tim dosen hibah PKM dan ketua Yayasan GEMMA Indonesia Raya. Selanjutnya pemaparan materi oleh narasumber, bapak Yusuf Harpen (jam 10.00 – 11.45 wib). Kegiatan dilanjutkan lagi dengan praktek langsung cara mengambil foto dan video oleh peserta workshop setelah ISHOMA (jam 13.00 -15.00 wib).



Gambar 5. Tim dosen Universitas Persada Indonesia Y.A.I., narasumber dan Ketua Yayasan GEMMA Indonesia Raya beserta Pelaku UMKM binaannya.

Sumber : Dokumen Tim Hibah PKM, 2023

Tim PKM hibah membagikan kuisisioner pre dan pos test kepada peserta untuk mengetahui profil mitra (pekerjaan, umur, jenis usaha yang dijalankan, dll), untuk mengetahui apakah mitra pernah mendapatkan materi phonegraphy dan untuk mengetahui sejauhmana responden menguasai dan mempraktekan teknik phonegraphy untuk foto produk dalam upaya mempromosikan produk-produknya. Tahap awal pemaparan materi, mitra peserta workshop diberi pertanyaan apakah mitra pernah mendapatkan materi tentang *phone graphy* dalam upaya dalam mempromosikan produk-produknya. Berdasarkan jawaban mitra, 57,1 % menjawab belum pernah mendapatkan pelatihan dan sisanya sudah pernah.



Gambar 6 : Diagram respon mitra dengan pertanyaan “sudah pernahkah mengikuti Workshop Phone Graphy sebelumnya?”.
Sumber : Pengolahan Data Profil Peserta Workshop Phonegraphy, 2023

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) fotografi atau *phonegraphy* diartikan sebagai seni dan penghasilan gambar dan cahaya pada film atau permukaan yang dipekokan. Selanjutnya dijelaskan oleh narasumber manfaat atau pentingnya menguasai teknik *phonegraphy*, memahami tentang *digital marketing* dan dimensi media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan produk mitra. Dijelaskan juga bagaimana memanfaatkan *smartphone* atau *handphone* secara optimal dalam mengambil gambar aatau foto, membuat dan mengedit konten promosi menjadi lebih menarik guna mempromosikan produk.

Lebih spesifik lagi, pemateri menjelaskan bagaimana memahami fitur – fitur kamera *handphone*, teknik pemotretan

dengan handphone, alat atau aplikasi editing foto dan bagaimana mengedit dan mengupload konten promosi produk ke salah satu media sosial terpopuler (misalnya instagram, facebook, Tik Tok, dan beberapa market place (seperti tokopedia, shopee dan bukalapak). Misalkan kita akan mengupload foto atau video promosi ke salah satu market place, harus memenuhi syarat antara lain rasio pengambilan foto 1:1. Agar terlihat bagus minimal di resolusi yang digunakan 1080x1080px dan biasanya latar dibuat putih. Syarat ini akan berbeda jika kita menguploadnya ke media sosial lainnya, seperti isntagram atau facebook, seperti penjelasan pada Gambar 7 berikut :



Gambar 7. Ketentuan Mengupload Foto dan Vidio berdasarkan Dimensi Media Sosial
Sumber : Materi “Phonegraphy” Yusuf Harpen, Phonegraphy, 2023

Agar foto atau video yang diambil terlihat bagus dan menarik maka ada beberapa teknik dasar yang harus dipahami dan dikuasai antara lain teknik pencahayaan, mengatur komposisi dan *angel* dan mengenal beberapa alat bantu yang menunjang proses pengambilan foto atau video, seperti yang dijelaskan pada Gambar 7 berikut :



Gambar 8. Teknik Dasar Phonegraphy
Sumber : Materi “Phonegraphy” Yusuf Harpen, Phonegraphy, 2023

Aplikasi untuk mengedit foto dan video juga dijelaskan beserta kelebihan dan kekurangan fungsinya. Mengedit foto sama pentingnya dengan mengambil foto. Beberapa aplikasi tersebut antara lain *Snapsee*, *Photoroom*, *Canva* dan *Capcut*. Manfaat aplikasi-aplikasi tersebut yaitu 1) dapat membantu merubah dimensi/ rasio foto, 2) dapat memperbaiki pencahayaan yang kurang, 3) dapat menyesuaikan warna foto dengan warna aslinya, 4) dapat menambah/menghapus objek yang diperlukan/tidak diperlukan, 5) dapat menambahkan watermark/logo agar tidak ada yang menggunakan foto kita secara bebas, dan 6) menambah daya tarik foto atau video.

Pada akhir sesi, tim juga memberi kesempatan mitra untuk melakukan praktek mengambil foto produk dan mengedit foto tersebut menjadi lebih menarik seperti yang terlihat pada berikut :



Gambar 9. Narasumber sedang menjelaskan materi workshop *Phonegraphy*
Sumber : Dokumen Tim Hibah PKM, 2023



Gambar 10. Praktek teknik-teknik pengambilan gambar foto produk oleh peserta workshop, pelaku UMKM binaan Yayasan GEMMA Indonesia Raya.
Sumber : Dokumen Tim Hibah PKM, 2023

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa Workshop *Phonegraphy* memberikan manfaat signifikan bagi UMKM dalam meningkatkan ketrampilan fotografi dan kemampuan mereka untuk menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan profesional untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Selain itu, setelah mengikuti workshop, UMKM juga melihat peningkatan dalam pemahaman digital marketingnya, tingkat keterlibatan online dan peningkatan penjualan produk.

Setelah mengikuti workshop, peserta yang tahu dan paham mengenai teknik *phonegraphy* yang baik meningkat dari 14,3% menjadi 85,7%, kebalikan dari kondisi sebelum workshop. Menurut 57,1% peserta setuju bahwa materi yang disampaikan narasumber dapat dipahami dengan mudah dan dimengerti dengan baik. Menurut peserta, materi narasumber topiknya sesuai dengan aktivitas pekerjaan/kebutuhan usaha terutama dalam upaya promosi meningkatkan omset penjualan. Peserta telah memahami unsur-unsur teknik *phonegraphy* (seperti fitur kamera, teknik pemotretan, editing foto dan video, dimensi dan konten media sosial) setelah mengikuti workshop sebanyak 100%. Peserta yang telah menguasai keterampilan membuat foto produk atau usaha sendiri setelah mengikuti workshop sebanyak 100% serta yang akan menerapkan atau mempraktekkan langsung teknik *phonegraphy* dalam pembuatan foto produk atau

usaha sendiri pada bidang usahanya masing-masing sebanyak (57,1%).

Setelah mengikuti workshop ini, peserta UMKM diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman digital marketingnya, meningkatkan keterampilannya untuk mempromosikan produk atau jasa mereka secara online dengan mengoptimalkan telepon pintar (*smartphone*) yang mereka miliki guna memaksimalkan omset penjualan produk dan jasa yang mereka tawarkan.

5. KESIMPULAN

Kegiatan workshop “*Phonegraphy* Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Digital Produk UMKM Binaan GEMMA Indonesia Raya, Depok” telah terlaksana dengan baik. Workshop mendapatkan sambutan positif dan diikuti dengan antusias oleh peserta.

Workshop *phonegraphy* adalah salah satu upaya yang efektif untuk membantu UMKM meningkatkan ketrampilan pemasaran digital produk atau jasa mereka dengan memanfaatkan telepon pintar (*smartphone*) yang mereka miliki. Dengan meningkatkan keterampilan fotografi dan penggunaan konten visual yang menarik, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dalam pasar digital yang kompetitif sehingga meningkat pula omset penjualan produk dan jasa para pelaku UMKM. nantinya akan memberikan dampak yang positif bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Indonesia, dan UMKM di daerah Depok khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., & Dkk. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. *Insan Cendekia Mandiri, Ciastech*.
- Hardilawati, W. Iaura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*,10(1).
<https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Mahanani, Estu, *et al.* (2022a). *Bisnis Suatu Konsep Dan Strategi*. CV. Eureka Media Aksara.
<https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/557584-pengantar-bisnis-suatu-konsep-dan-strate-7ec81c8f.pdf>
- Mahanani, Estu, *et al.* (2022b). *Kewirausahaan: Panduan Menjadi Wirausaha di Era Society 5.0*. Penerbit Adab.
https://books.google.co.id/books/about/KEWIRAUSAHAAN_Panduan_Menjadi_Wirausaha.html?id=hY2KEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *IKRAITH-HUMANIORA*. Vol 2(1) Maret 2018.
- Nuril Esti Khomariah, & Puteri Noraisya Primandari. (2021). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Pelaku Usaha Toko Ikan “SUB AQUATIC” Sebagai Strategi Digital Marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3).
<https://doi.org/10.31949/jb.v2i3.1393>
- Saraswati, P. S., & Susrama, I. N. (2020). Peran Perempuan Dalam Keluarga Untuk Melindungi Serta Pemenuhan Hak Anak di Masa Pandemi COVID-19. *Prosiding Webinar Nasional Universitas Mahasaraswati 2020*.
- Sari, B., & Rahayu, M. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kebutuhan Akan Prestasi dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMA Muhammadiyah 1 Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 2(1).
- Siboro, K. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Golek Dewi Sartika. ... *VOL 4 NO 3 November 2021*, 4(74).
- Soto-Acosta, P., Popa, S., & Martinez-Conesa, I. (2018). Information technology, knowledge management and environmental dynamism as drivers of innovation ambidexterity: a study in SMEs. *Journal of Knowledge Management*, 22(4).
<https://doi.org/10.1108/JKM-10-2017-0448>