



AKSES

Journal of Public & Business Administration Science

Sekolah Tinggi Ilmu
Administrasi
(STIA)
MALANG

Vol 7 No. 2



Published By : STIA MALANG
Juni 2025, pp. 70-120

2025

stia-malang.ac.id

ISSN. 2715 - 1786 (Online)

ISSN. 2085 - 3947 (Printed)

Susunan Redaksi

Pengarah / Pelindung

Prof. Dr. Taher Alhabsyi

Dr. Ir. Ali Hanafiah.,MM

Chief Editor

Dr. Hadiwiyono, M.Si

Editorial Boards

Dr. Tri Marhaeni Widiastuti, M.Si

M. Arief Rachman, SE., M.Kes

Farah Adiba, S.Sos., MAB

Drs. Taufiq Soeltanto, M.Si

Reviewers

Prof. Dr. Taher Alhabsyi

Dr. Ir. Ali Hanafiah.,MM

Dr. Tri Murni, M.Si

Dr. Hadiwiyono,M.Si

Dr. Tri Marhaeni Widiastuti, M.Si

Dr. Hanif Mauludin, SE., M.Si

Prof. Dr. Hamida Nayati Utami., S.Sos., M.Si

Dr. Rini Rahayu Kurniati, MSi

Technical Editor

Eko Nur Prasetya, S.Kom

Penerbit

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Malang

Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)



Alamat Redaksi :

Jl. Baiduri Bulan 1 Malang

Telp. 0341 – 553401

Email : info@stia-malang.ac.id

Website : www.stia-malang.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatNya kami dapat kembali hadir untuk menyajikan artikel-artikel terkini pada Journal Of Public & Business Administrasi Science Volume 07 Nomor 02 Edisi Juni, Tahun 2025. Semua artikel yang dimuat pada Jurnal telah diseleksi dan ditelaah oleh Dewan Editor. Hanya artikel-artikel berkualitas baik dan sangat baik yang dapat dimuat pada Journal Of Public & Business Administrasi Science.

Kepada penulis yang telah berkontribusi pada penerbitan jurnal edisi ini, tidak lupa menyampaikan terima kasih yang mendalam. Kami mengundang rekan sejawat peneliti administrasi publik dan administrasi bisnis dalam mengirimkan naskah untuk disajikan pada jurnal ini. Saran dan kritik yang membangun dari pembaca dan para pihak lainnya sangat kami harapkan. Selamat membaca.

Ketua Dewan Editor

DAFTAR ISI

PENGARUH PERILAKU FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS DI STIA.....70-77

Aprillina Sanjaya, Ifarza Tsabita, Shelly Sabella A. F., Khumaira Salsabilla F.L., Dionisius Mandur

ANALISIS PERAN ETIKA ADMINISTRASI DALAM OPTIMALISASI KUALITAS LAYANAN PUBLIK DI KANTOR KELURAHAN TANJUNGREJO MALANG.....78-86

Akhmad Ivan Zulkarnaen, Octa Dwi Sofian

PENGARUH MANAJEMEN MODAL KERJA TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN.....87-95

Lindananty, Meirina Nursahira

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FINTECH PEER TO PEER LENDING TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAYLATER (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2019-2022 di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Malang).....96-106

Eka Agustiningtias, Yeri Dwi Ayu Lusita, Arie Ika

PENGARUH PENGELOLAAN PERSEDIAAN TERHADAP PENINGKATAN EFISIENSI PEMBELIAN PADA PT Ratu Idaman Pratama.....107-120

Alie Zainal Abidin, Ali Hanafiah, M. Virgiawan Syaputra.

IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI DI STIA MALANG.....121-127

Tri Marhaeni Widiastuti, Dadang Kristanto, Farah Adiba

PENGARUH PERILAKU FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS DI STIA

Aprillina Sanjaya¹, Ifarza Tsabita², Shelly Sabella A. F.³, Khumaira Salsabilla F.L.⁴, Dionisius Mandur⁵

^{1,2,3,4}Prodi Administrasi Bisnis

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Malang

Email : sanjayaprillina@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi dan maraknya penggunaan media sosial telah mendorong peningkatan partisipasi generasi muda, khususnya generasi Z, dalam aktivitas investasi digital. Namun, tren ini juga memunculkan tantangan seperti keputusan investasi yang bersifat impulsif akibat pengaruh sosial dan rendahnya pemahaman keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku Fear of Missing Out (FOMO) dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis di STIA Malang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner, yang disebarakan kepada 59 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku FOMO dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, baik secara parsial maupun simultan. Nilai R square sebesar 0,440 menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan 44% variasi dalam keputusan investasi mahasiswa. Temuan ini menegaskan pentingnya edukasi keuangan dan pengendalian pengaruh sosial dalam membentuk keputusan investasi yang bijak.

Kata kunci: FOMO, literasi keuangan, keputusan investasi, generasi Z

Abstract

The advancement of technology and the widespread use of social media have contributed to the rising participation of young people, particularly Generation Z, in digital investment activities. However, this trend also presents challenges such as impulsive investment decisions driven by social influence and limited financial understanding. This study aims to examine the influence of Fear of Missing Out (FOMO) behavior and financial literacy on the investment decisions of students in the Business Administration Study Program at STIA Malang. A quantitative approach was used, employing survey techniques with structured questionnaires distributed to 59 respondents. Data analysis included validity and reliability tests, classical assumption testing, and multiple linear regression analysis. The results indicate that both FOMO and financial literacy significantly influence investment decisions, both partially and simultaneously. The R square value of 0.440 suggests that these two independent variables explain 44% of the variation in students' investment decisions. These findings emphasize the importance of financial education and awareness of social influence in shaping prudent investment behavior.

Keywords: FOMO, financial literacy, investment decisions, Generation Z

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah merevolusi lanskap investasi di Indonesia, mendorong pertumbuhan pasar investasi digital dan meningkatkan partisipasi masyarakat umum. Kemudahan akses terhadap platform investasi menjadikan aktivitas ini semakin inklusif dan tidak terbatas pada kelompok tertentu.

Fenomena ini sejalan dengan tren global yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan platform digital untuk mengelola asset dan berinvestasi. Berdasarkan data Statista (2024), nilai pasar investasi digital Indonesia diproyeksikan mencapai USD 16,84 miliar pada tahun 2025. Lonjakan ini didukung oleh pesatnya pertumbuhan aplikasi investasi berbasis digital, seperti Bibit, Ajaib, dan Bareksa yang menawarkan kemudahan, akses cepat, serta modal awal yang rendah, sehingga menarik perhatian investor pemula, terutama dari kalangan generasi Z.

Menurut Indonesia Gen Z Report tahun 2024, rata-rata alokasi dana untuk

investasi di kalangan Generasi Z mencapai sekitar 18,3%, dengan persentase tertinggi berada pada kelompok usia 16–20 tahun sebesar 26%, disusul oleh usia 21–26 tahun sebesar 23%. Data ini mencerminkan adanya peningkatan kesadaran finansial dan minat terhadap investasi di kalangan generasi muda.

Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital, menunjukkan tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi dan cenderung mengadopsi gaya hidup yang lebih fleksibel dan dinamis. Sayangnya, hal ini seringkali mendorong individu untuk terus menerus memeriksa media sosial atau mengikuti aktivitas tertentu agar tidak merasa tertinggal dari lingkungannya, meskipun tindakan tersebut belum tentu sejalan dengan kebutuhan atau kondisi aktual. Dalam konteks keuangan, fenomena ini memunculkan perilaku Fear of Missing Out (FOMO), yaitu kecenderungan untuk mengambil keputusan investasi secara impulsif hanya karena melihat orang lain mendapatkan keuntungan

atau karena terpengaruh oleh tren yang viral di media sosial. FOMO dapat menyebabkan individu berinvestasi tanpa melakukan analisis yang memadai terhadap risiko maupun kesesuaian instrumen investasi dengan tujuan keuangannya.

Dalam situasi tersebut, literasi keuangan memegang peranan penting dalam membantu individu membuat keputusan investasi yang bijak. Literasi yang baik dapat mengurangi risiko terjebak pada investasi bodong, pengambilan keputusan yang impulsif, serta kesulitan menghadapi fluktuasi pasar. Oleh karena itu, pemahaman tentang FOMO dan literasi keuangan menjadi penting untuk dikaji lebih dalam, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z yang aktif secara digital namun masih berada dalam tahap awal membangun pemahaman dan kebiasaan keuangan jangka panjang.

Meskipun fenomena perilaku FOMO dan literasi keuangan telah banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya, kajian yang secara spesifik

meneliti pengaruh keduanya terhadap keputusan investasi di kalangan mahasiswa, khususnya di lingkungan STIA Malang masih terbatas. Penelitian ini penting dilakukan mengingat mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis diharapkan memiliki bekal pengetahuan dasar dalam bidang keuangan dan memiliki control psikologis yang kuat terhadap tekanan sosial digital maupun pemahaman yang cukup dalam mengambil keputusan investasi.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis di STIA Malang

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan variabel

terikat. Penelitian ini juga bersifat explanatory research, yaitu penelitian yang menjelaskan fenomena berdasarkan pengujian hipotesis.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deduktif, yaitu proses berpikir yang berangkat dari teori atau konsep umum yang sudah ada kemudian diturunkan menjadi hipotesis yang dapat diuji secara empiris. Dalam hal ini, teori tentang perilaku Fear of Missing Out (FOMO) dan literasi keuangan digunakan sebagai dasar untuk merumuskan dugaan pengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa. Hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji melalui data yang dikumpulkan dari responden.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah perilaku Fear of Missing Out (FOMO) dan literasi keuangan, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan investasi mahasiswa.

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Malang, yang termasuk dalam kategori generasi Z dan

memiliki kecenderungan aktif dalam penggunaan teknologi serta potensi sebagai investor pemula di pasar digital. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner terstruktur. Kuesioner ini disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, dan diberikan kepada responden yang telah ditentukan untuk memperoleh informasi secara spesifik terkait perilaku FOMO, tingkat literasi keuangan, serta keputusan investasinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji ini dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Pearson antara skor masing-masing item dengan skor total konstruk variabelnya. Suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel.

Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 59 orang, sehingga nilai r tabel pada $\alpha = 0,05$ (dua sisi) adalah sebesar 0,2972. Berikut hasil uji validitas untuk ketiga variabel:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Rentang r-hitung	r-tabel	Keterangan
Prilaku FOMO (X1)	FOM O (X1)	0,352 - 0,833	0,2972	Valid
Literasi Keuangan (X2)	FOM O (X1)	0,627 - 0,816	0,2972	Valid
Keputusan Investasi (X3)	FOM O (X1)	0,658 - 0,831	0,2972	Valid

Seluruh item dalam ketiga variabel memiliki nilai korelasi yang lebih tinggi dari r tabel (0,2972) dan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten apabila diukur kembali dalam kondisi yang sama. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa nilai Alpha $\geq 0,60$ menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel (Ghozali, 2018).

Berdasarkan hasil pengolahan data:

- Variabel X1 (Perilaku FOMO) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,875 dengan 6 item pernyataan. Seluruh nilai *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,3$ yang berarti seluruh item valid dan konsisten.
- Variabel X2 (Literasi Keuangan) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,863 dengan 7 item pernyataan. Semua item menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,3$, menandakan bahwa instrumen ini reliabel.

- Variabel Y (Keputusan Investasi) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,881 dengan 8 item pernyataan. Semua item juga menunjukkan *Corrected Item-Total Correlation* > 0,3, sehingga instrumen dikatakan reliabel.

Dengan demikian, ketiga variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut seperti uji asumsi klasik, korelasi, dan regresi.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
X1 - FOMO	6	0,875	Reliabel
X2 - Literasi Keuangan	7	0,863	Reliabel
Y - Keputusan Investasi	8	0,881	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji ini wajib dilakukan sebelum uji regresi, karena menjadi prasyarat

validitas model regresi linier. Uji ini bertujuan memastikan data memenuhi asumsi dasar agar hasil regresi tidak bias. Biasanya meliputi:

Uji normalitas

- Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar **0,015**, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa **data residual tidak berdistribusi normal**. Meskipun demikian, pada penelitian dengan jumlah sampel lebih dari 30 ($n > 30$), pelanggaran terhadap asumsi normalitas dapat ditoleransi karena berdasarkan **central limit theorem**, distribusi sampling mendekati normal. Oleh karena itu, penelitian tetap dapat dilanjutkan ke tahap analisis regresi.

Uji multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk memastikan tidak adanya korelasi tinggi antar-variabel independen yang dapat menyebabkan distorsi koefisien regresi. Hasil perhitungan menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,005 dan Tolerance sebesar 0,995; keduanya berada di bawah dan di atas batas cut-off masing-masing ($VIF < 10$; $TOL > 0,10$). Dengan demikian, model regresi bebas dari masalah multikolinieritas sehingga koefisien regresi dapat diinterpretasikan secara valid.

Uji heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa varians residual dalam model regresi bersifat konstan. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa distribusi residual tidak membentuk pola tertentu yang sistematis, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari gejala heteroskedastisitas dan memenuhi salah satu syarat asumsi klasik.

Uji Koefisien Korelasi / Regresi Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,664, yang menunjukkan adanya hubungan positif yang cukup kuat antara variabel literasi keuangan dan perilaku *FOMO* terhadap keputusan investasi. Nilai R square sebesar 0,440 mengindikasikan bahwa sebesar 44,0% variasi dalam keputusan investasi dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Nilai Adjusted R square sebesar 0,420 menunjukkan bahwa model tetap stabil meskipun memperhitungkan jumlah variabel independen yang digunakan. Hasil uji F (F change) sebesar 22,036 dengan nilai signifikansi $p < 0,001$ menunjukkan bahwa model regresi secara simultan signifikan dan layak digunakan untuk memprediksi keputusan investasi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku Fear of Missing Out (FOMO) dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis di STIA Malang. Perilaku FOMO mendorong mahasiswa untuk mengambil keputusan investasi secara impulsif karena adanya dorongan mengikuti tren atau ketakutan tertinggal dari lingkungan sosial, sementara literasi keuangan mendorong pengambilan keputusan yang lebih rasional, terencana, dan berbasis pengetahuan. Analisis regresi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 44% terhadap keputusan investasi mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan pentingnya penguatan edukasi keuangan serta pengendalian terhadap pengaruh sosial dalam membentuk perilaku investasi yang bijak dan bertanggung jawab di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, P. P., & Apriyati, M. Y. 2023. Analisis Keputusan Investasi Generasi Z. *Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 22(1). <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i1.365>
- Fadilah, M. N., Indriwan, N., Khoirunnisa, N., & Mulyantini, S. 2022. Review Faktor Penentu Keputusan Investasi Pada Generasi Z & Millennial. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1). <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i1.112>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidajat, S., & Wardhana, W. T. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(2). <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i2.200>
- Komsos Manado. (2024, Februari 5). *Indonesia Gen Z Report 2024*. <https://komsosmanado.com/indonesia-gen-z-report-2024/>
- Putria, R. A., & Wahyudi, S. 2024. The Influence of FOMO on Investor Investment Decision Making in Gen Z at Korea Investment and Securities Indonesia Pekanbaru. *International Conference on Law and Social Sciences*. <https://journal.uir.ac.id/index.php/icolss/article/view/18738>
- Rohyati, R., Rokhmah, F. P. N., Syazeedah, H. N. U., Fitriyaningrum, R. I., Ramadhan, G., & Syahwildan, M. 2024. Tantangan dan Peluang Pasar Modal Indonesia dalam Meningkatkan Minat Investasi di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.57141/kompeten.v3i1.133>

ANALISIS PERAN ETIKA ADMINISTRASI DALAM OPTIMALISASI KUALITAS LAYANAN PUBLIK DI KANTOR KELURAHAN TANJUNGREJO MALANG

Akhmad Ivan Zulkarnaen^{1*}, Octa Dwi Sofian²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Malang

^{1,2}Program Studi Ilmu Administrasi Publik

Email: ivankolev21@gmail.com¹

Abstrak

Etika administrasi memegang peran strategis dalam menentukan mutu layanan publik yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan administratif, tetapi juga mencerminkan prinsip-prinsip keadilan, kesetaraan, akuntabilitas, kesetiaan, dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip ini menjadi elemen fundamental penting dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance), terutama di tingkat kelurahan sebagai unit pelayanan terdepan. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran etika administrasi dalam mengoptimalkan kualitas pelayanan publik di Kantor Kelurahan Tanjungrejo, Kota Malang, dengan fokus pada empat dimensi utama: kesetaraan, keadilan, kesetiaan, dan tanggung jawab. Penelitian ini diterapkan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang melibatkan lurah, pejabat struktural, dan masyarakat sebagai informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika pada aspek kesetaraan dan keadilan telah berjalan optimal melalui pelayanan yang sesuai prosedur dan tanpa diskriminasi. Aspek kesetiaan pegawai juga tampak baik, meskipun masih ditemukan kendala kedisiplinan. Adapun tanggung jawab sebagian besar pegawai tercermin dari kesadaran melaksanakan tugas secara profesional. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan etika administrasi secara konsisten mampu meningkatkan efektivitas dan kualitas layanan publik, serta memperkuat akuntabilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintahan di tingkat lokal.

Kata Kunci: Etika administrasi, pelayanan publik, kesetaraan, keadilan, kesetiaan, tanggung jawab.

Abstract

Administrative ethics plays a strategic role in determining the quality of public services, which should not only focus on fulfilling administrative needs but also reflect key principles such as justice, equality, accountability, loyalty, and social responsibility. These principles serve as a critical foundation for realizing good governance, particularly at the village (kelurahan) level as the frontline of public service delivery. This study is intended to analyze the role of administrative ethics in optimizing the quality of public services at the office of Tanjungrejo urban village in Malang City, focusing on four main dimensions: equality, justice, loyalty, and responsibility. A descriptive qualitative approach was employed, using observation, interviews, and documentation techniques, with the village head, structural officials, and community members as informants. The findings indicate that the application of ethics in the dimensions of equality and justice has been carried out optimally through services that follow procedures and are free from discrimination. Employee loyalty is generally well demonstrated, although issues of discipline remain. Meanwhile, the majority of staff show a strong sense of professional responsibility in carrying out their duties. These findings affirm that the consistent implementation of administrative ethics can significantly improve the effectiveness and quality of public services, while also strengthening accountability and public trust in local government institutions.

Keywords: Administrative ethics, public service, equality, justice, loyalty, responsibility.

PENDAHULUAN

Dalam konteks penyelenggaraan pemerintahan, etika administrasi memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menentukan kualitas layanan publik yang diselenggarakan untuk masyarakat. Etika administrasi tidak hanya sekadar rangkaian prinsip atau ketentuan etis yang mengatur interaksi aparatur Negara dalam menjalankan tugasnya, tetapi juga mencerminkan integritas dan profesionalisme dalam pelayanan publik. Layanan publik yang berkualitas tidak cukup hanya dilihat dari terpenuhinya kebutuhan administratif masyarakat, melainkan juga harus mencerminkan prinsip-prinsip fundamental seperti keadilan, kesetaraan, akuntabilitas, kesetiaan terhadap tugas, serta tanggung jawab sosial.

Prinsip-prinsip etika tersebut merupakan elemen fundamental penting dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance), di mana transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas menjadi unsur kunci. Dalam konteks pemerintahan lokal, khususnya di tingkat kelurahan, peran etika administrasi semakin penting mengingat tingkat interaksi antara aparat pemerintah dan masyarakat yang sangat tinggi. Kelurahan sebagai unit pelayanan terdepan dalam struktur birokrasi pemerintahan, menjadi garda depan dalam penyampaian berbagai layanan administratif, seperti pengurusan dokumen kependudukan, perizinan, dan pelayanan sosial lainnya.

Salah satu contoh konkret yang dapat dijadikan fokus kajian adalah Kantor Kelurahan Tanjungrejo, Kota Malang. Sebagai bagian dari pemerintahan kota, kelurahan ini memiliki tanggung jawab yang besar dalam memberikan layanan yang efisien, adil, dan profesional kepada warga di wilayahnya. Namun, sebagaimana banyak terjadi di berbagai institusi publik lainnya, dalam praktiknya masih ditemukan sejumlah tantangan yang dapat menghambat optimalisasi pelayanan publik. Salah satu kendala yang mencuat adalah persoalan kedisiplinan dan integritas sebagian pegawai pemerintahan atau institusi yang bertugas di kantor tersebut. Ketidaktertiban waktu kerja, kurangnya empati dalam melayani masyarakat, serta sikap diskriminatif terkait status sosial, suku, agama, ras serta antargolongan (SARA) dalam memberikan layanan masih menjadi isu yang kerap dikeluhkan oleh masyarakat pengguna layanan.

Permasalahan ini tidak semata-mata bersifat teknis, melainkan berkaitan erat dengan aspek etis dalam administrasi publik. Kurangnya penerapan nilai-nilai etika dalam pelaksanaan tugas dan fungsi aparatur pemerintahan dapat mengakibatkan menurunnya kepercayaan publik terhadap institusi Negara tingkat pusat maupun daerah. Lebih jauh lagi, apabila ketidakadilan dalam pelayanan terus dibiarkan, maka akan tercipta

ketimpangan sosial dan rasa ketidakpuasan di kalangan masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada legitimasi dan kredibilitas pemerintah di mata publik.

Oleh karena itu, penerapan etika administrasi dalam seluruh aspek pelayanan publik menjadi hal yang mutlak untuk diupayakan. Etika administrasi berfungsi sebagai pedoman perilaku bagi seluruh aparatur negara ataupun institusi dalam menjalankan kewajibannya, agar senantiasa mengedepankan prinsip moral dan nilai-nilai luhur dalam bertindak dan mengambil keputusan. Penerapan etika yang konsisten dapat menciptakan budaya kerja yang profesional, serta mendorong terbentuknya lingkungan birokrasi yang bersih, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Dalam kerangka ini, nilai-nilai seperti kesetaraan dan keadilan menjadi indikator penting yang harus diwujudkan dalam pelayanan publik. Kesetaraan menuntut agar seluruh warga negara diperlakukan secara sama tanpa diskriminasi dan membedakan berdasarkan latar belakang sosial, ekonomi, agama, maupun afiliasi politik. Sementara itu, keadilan mencakup dimensi yang lebih luas, yakni memastikan bahwa setiap individu memperoleh haknya sesuai dengan kebutuhan dan kondisinya, serta mendapat perlakuan yang adil dari aparatur negara. Nilai kesetiaan,

dalam konteks administrasi publik, mencerminkan loyalitas pegawai terhadap institusi, aturan, serta kepentingan masyarakat yang dilayaninya. Adapun tanggung jawab menjadi penegasan atas kewajiban moral dan profesional seorang pegawai dalam melaksanakan tugas secara optimal dan dapat dipertanggungjawabkan baik secara hukum maupun etika.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, menjadi sangat relevan untuk mengkaji secara lebih mendalam bagaimana penerapan etika administrasi di Kantor Kelurahan Tanjungrejo, Kota Malang dalam mendukung terciptanya pelayanan publik yang berkeadilan dan berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana nilai-nilai etika administrasi seperti kesetaraan, keadilan, kesetiaan, dan tanggung jawab telah diinternalisasi dan diimplementasikan oleh para aparatur di kantor kelurahan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi dalam proses penerapan etika administrasi, serta menawarkan alternatif solusi yang dapat digunakan untuk meningkatkan profesionalisme dan akuntabilitas pelayanan.

Melalui pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan tidak hanya dalam pengembangan ilmu

administrasi publik, tetapi juga dalam perbaikan kebijakan dan praktik pelayanan publik di tingkat lokal. Peningkatan pemahaman mengenai pentingnya etika administrasi dapat menjadi landasan bagi penguatan kapasitas kelembagaan serta pembentukan karakter aparatur negara yang berintegritas. Dengan demikian, penerapan etika administrasi bukan sekadar menjadi wacana normatif, melainkan menjadi praktik nyata dalam mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas, responsif, dan berorientasi pada kepuasan masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Etika administrasi merupakan seperangkat nilai moral dan profesional yang menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan tugas oleh aparatur pemerintahan. Dalam konteks pelayanan publik, etika ini menekankan penerapan prinsip-prinsip moral guna mewujudkan layanan yang adil, transparan, dan akuntabel (Pasolong, 2019). Nilai-nilai fundamental dalam etika administrasi antara lain kesetaraan (equality), keadilan (justice), kesetiaan (loyalty), dan tanggung jawab (responsibility) (Bowman & West, 2021). Penerapan nilai-nilai tersebut tidak hanya memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat, tetapi juga menjaga kredibilitas serta reputasi lembaga publik (Pasolong, 2019).

Pelayanan publik di Indonesia diatur melalui Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, yang menyatakan bahwa setiap warga negara berhak memperoleh layanan yang berkualitas, adil, dan bebas dari diskriminasi. Kualitas pelayanan publik umumnya diukur melalui tingkat kepuasan masyarakat, yang sangat dipengaruhi oleh sikap dan etika pegawai dalam menjalankan tugas (Hadi et al., 2020). Sania et al. (2022) menemukan bahwa penerapan etika administrasi yang baik berdampak pada persepsi positif masyarakat terhadap layanan, sedangkan perlakuan diskriminatif menimbulkan ketidakpuasan.

Prinsip kesetaraan dalam pelayanan publik mengharuskan seluruh warga negara memperoleh pelayanan tanpa diskriminasi atas dasar status sosial, ekonomi, etnis, maupun agama (Poejawijatna dalam Pasolong, 2021). Pegawai dituntut untuk memperlakukan seluruh pemohon secara adil dan sesuai prosedur. Keadilan merujuk pada sikap tidak memihak dan objektif dalam memberikan pelayanan (Solomon, 1992).

Selain itu, kesetiaan terhadap instansi merupakan unsur penting dari etika administrasi, di mana pegawai dituntut untuk menjalankan tugas secara konsisten serta tunduk pada peraturan yang berlaku. Nigro (dalam Keban, 2008) menekankan bahwa

kesetiaan ini juga mencakup penempatan kepentingan publik di atas kepentingan pribadi atau kelompok. Tanggung jawab sebagai nilai utama etika administrasi mengharuskan pegawai memiliki komitmen terhadap mutu layanan, termasuk ketepatan dan kecepatan pelayanan (Muhammad, 2017).

Hasil penelitian terdahulu mendukung pentingnya penerapan etika administrasi. Sulfiyah et al. (2023) menunjukkan bahwa lemahnya pelaksanaan nilai keadilan dan kesetiaan menjadi faktor utama ketidakpuasan masyarakat. Arsyad et al. (2021) juga mencatat bahwa praktik pelayanan yang diskriminatif, tidak transparan, dan kurang bertanggung jawab memicu keluhan publik. Oleh karena itu, penerapan etika administrasi yang kuat dan konsisten dipandang sebagai strategi kunci dalam meningkatkan kualitas layanan publik dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah.

Dengan merujuk pada teori dan studi sebelumnya, penelitian ini menelaah penerapan etika administrasi—khususnya pada aspek kesetaraan, keadilan, kesetiaan, dan tanggung jawab—di kantor Kelurahan Tanjungrejo, Kota Malang dengan harapan dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan praktik etika administrasi dalam penyelenggaraan

pelayanan publik yang lebih berkualitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali pemahaman secara mendalam terhadap fenomena yang diteliti yaitu penerapan etika administrasi dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan publik di Kantor Kelurahan Tanjungrejo Kota Malang. Pendekatan kualitatif dipilih karena dinilai mampu menggali secara komprehensif pengalaman serta persepsi para informan, khususnya terkait dimensi etika administrasi yang mencakup kesetaraan, keadilan, kesetiaan, dan tanggung jawab. Lokasi penelitian ditentukan secara purposif, mengingat posisi strategis Kantor Kelurahan Tanjungrejo sebagai penyedia layanan publik tingkat kelurahan. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu satu bulan, yang mencakup periode April sampai Mei 2025, yang mencakup tahap persiapan, pelaksanaan, hingga analisis data.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung untuk mengamati perilaku aparatur dalam memberikan pelayanan, sementara wawancara dilakukan terhadap informan kunci seperti camat, pejabat struktural, staf administrasi, dan

masyarakat pengguna layanan, guna memperoleh perspektif yang kaya mengenai implementasi etika administrasi. Selain itu, dokumen administratif dan laporan terkait juga dikaji untuk memperkuat temuan.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan interaktif dari Miles dan Huberman, yang meliputi tiga langkah: proses reduksi, penyajian, dan penarikan simpulan. Tahap reduksi data bertujuan untuk menyeleksi informasi penting yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif guna menggambarkan keterkaitan antara prinsip etika administrasi dan kualitas pelayanan publik. Pada tahap akhir, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan keseluruhan analisis. Untuk menjamin validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memperkuat penerapan etika administrasi dalam sektor pelayanan publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji peran etika administrasi dalam mengoptimalkan kualitas pelayanan publik di Kantor Kelurahan Tanjungrejo, Kota Malang,

dengan menitikberatkan pada empat dimensi utama: kesetaraan, keadilan, kesetiaan, dan tanggung jawab. Berdasarkan temuan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, secara umum pelaksanaan etika administrasi di kantor tersebut sudah berjalan cukup baik, meskipun masih terdapat sejumlah tantangan operasional.

KESETARAAN

Pada aspek kesetaraan, pegawai kelurahan telah berusaha memberikan pelayanan kepada seluruh masyarakat tanpa membedakan latar belakang sosial, etnis, atau agama. Layanan diberikan berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP), yang memungkinkan akses yang merata terhadap informasi dan pelayanan. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip kesetaraan sebagai bagian dari komitmen birokrasi terhadap inklusivitas dan keadilan sosial. Pasolong (2013) menegaskan bahwa kesetaraan merupakan prinsip fundamental dalam pelayanan publik yang berorientasi pada keadilan sosial. Selain itu, praktik pelayanan yang setara juga berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan sosial (social trust), di mana masyarakat merasa dihargai dan diperlakukan secara adil oleh negara. Dengan demikian, kesetaraan dalam pelayanan publik tidak hanya menjadi ukuran teknis, tetapi juga dimensi etis yang memperkuat legitimasi dan stabilitas sosial di tingkat lokal.

KEADILAN

Dalam dimensi keadilan, pelayanan publik dilaksanakan secara bergilir sesuai urutan kedatangan, menunjukkan upaya aparaturnya untuk menjaga netralitas dan tidak memihak. Prinsip keadilan ini selaras dengan konsep keadilan prosedural modern yang menekankan pentingnya transparansi, konsistensi, dan tidak adanya perlakuan diskriminatif dalam proses pelayanan (Colquitt et al., 2015). Pelaksanaan layanan berbasis urutan ini mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip kesetaraan akses, yang menjadi pilar utama dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang etis dan responsif. Ketika masyarakat menyaksikan bahwa pelayanan diberikan secara adil tanpa preferensi pribadi, maka persepsi terhadap integritas dan legitimasi lembaga publik akan meningkat.

KESETIAAN

Aspek kesetiaan terhadap instansi terlihat dari komitmen sebagian besar pegawai yang menjalankan tugas sesuai dengan aturan dan instruksi pimpinan. Meskipun masih ditemukan pelanggaran kedisiplinan, seperti keterlambatan masuk kerja, secara umum pegawai tetap menyelesaikan tanggung jawabnya dengan baik. Nigro dan Nigro dalam Keban (2014) menekankan bahwa loyalitas dan kedisiplinan merupakan bagian dari etos kerja birokrasi yang berintegritas

dan menjadi dasar dari tata kelola pelayanan yang profesional. Untuk mengatasi persoalan kedisiplinan, dibutuhkan penguatan sistem pengawasan internal serta pemberian penghargaan bagi pegawai yang berprestasi.

TANGGUNG JAWAB

Adapun pada dimensi tanggung jawab, pegawai menunjukkan kemampuan dalam menyelesaikan pelayanan sesuai target waktu yang ditetapkan, meskipun terdapat kendala teknis pada sistem jaringan serta tingginya jumlah pemohon. Kepuasan masyarakat yang diwawancarai menjadi indikator bahwa pegawai memiliki akuntabilitas dalam menjalankan fungsi pelayanan. Hal ini sejalan dengan pandangan Panjaitan dan Pardede (2021), yang menegaskan bahwa tanggung jawab merupakan inti dari praktik etika administrasi, karena mencerminkan komitmen pegawai terhadap amanah publik.

Secara menyeluruh, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kantor Kelurahan Tanjungrejo Kota Malang telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip etika administrasi secara konsisten, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan. Penerapan nilai-nilai kesetaraan, keadilan, kesetiaan, dan tanggung jawab tidak hanya memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam

mewujudkan pelayanan publik yang responsif dan berintegritas. Upaya perbaikan internal, seperti pelatihan etika kerja, pembenahan sistem administrasi, dan peningkatan kapasitas aparatur, sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika administrasi di Kantor Kelurahan Tanjungrejo, Kota Malang telah berjalan cukup optimal terutama dalam implementasi nilai-nilai kesetaraan, keadilan, kesetiaan, dan tanggung jawab dalam pelayanan publik. Aparatur di kelurahan tersebut menunjukkan komitmen dalam memberikan layanan yang berlandaskan prinsip non-diskriminasi serta mematuhi standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku. Namun demikian, masih ditemukan hambatan berupa masih kurangnya kedisiplinan sebagian pegawai atau aparatur Negara. Oleh karena itu, diperlukan upaya penegakan disiplin kerja untuk mendorong terciptanya pelayanan yang lebih responsif dan berkualitas. Penerapan etika administrasi secara konsisten dan menyeluruh diharapkan dapat meningkatkan mutu layanan publik, memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintahan, serta mendorong terwujudnya birokrasi yang

profesional, transparan, dan berintegritas.

SARAN

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi kedisiplinan aparatur dengan melakukan pendekatan kuantitatif atau metode campuran yang dapat mengukur hubungan antara etika administrasi dan kinerja pelayanan publik. Selain itu, perluasan objek penelitian ke beberapa kelurahan atau kecamatan lain juga penting untuk memperoleh gambaran yang lebih general terhadap implementasi etika administrasi dalam konteks birokrasi lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Denhardt & Denhardt (2015) bahwa pemahaman etika birokrasi harus kontekstual dan berbasis pada partisipasi serta akuntabilitas dalam pelayanan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, M., Hamzah, H., & Salam, R. (2021). Analisis kualitas pelayanan publik pada instansi pemerintahan. *Jurnal Administrasi Publik*, 11(1), 45–56.
- Bowman, J. S., & West, J. P. (2021). *Public service ethics: Individual and institutional responsibilities* (3rd ed.). New York, NY: Routledge.
- Colquitt, J. A., LePine, J. A., & Wesson, M. J. (2015). *Organizational behavior: Improving performance and commitment in the workplace* (4th

- ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Denhardt, R. B., & Denhardt, J. V. (2015). *The new public service: Serving, not steering* (3rd ed.). New York, NY: Routledge.
- Hadi, S., Prasetyo, D. A., & Lestari, I. (2020). Etika birokrasi dan pelayanan publik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(2), 112–125.
- Keban, Y. T. (2008). *Enam dimensi strategis administrasi publik: Konsep, teori dan isu*. Yogyakarta: Gava Media.
- Muhammad, F. (2017). *Etika dalam administrasi publik*. Yogyakarta: Ombak.
- Panjaitan, H. R., & Pardede, A. A. (2021). Tanggung jawab aparatur negara dalam pelayanan publik. *Jurnal Administrasi Negara*, 19(2), 134–143.
- Pasolong, H. (2013). *Teori administrasi publik*. Bandung: Alfabeta.
- Pasolong, H. (2019). *Etika administrasi negara*. Bandung: Alfabeta.
- Poejawijatna, H. (2021). *Asas-asas hukum administrasi negara*. Bandung: Liberty.
- Sania, M., Firmansyah, A., & Nurhalimah, L. (2022). Etika administrasi dalam pelayanan publik. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 7(1), 59–70.
- Sulfiyah, N., Rahmawati, S., & Yusuf, H. (2023). Dampak etika administrasi terhadap kepuasan masyarakat. *Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan*, 13(1), 87–95.
- Thoha, M. (2018). *Perilaku birokrasi* Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.

Pengaruh Manajemen Modal Kerja terhadap Profitabilitas Perusahaan

Lindananty¹, Meirina Nursahira²

^{1,2}STIE Malangkuçewara

Email: lindana@stie-mce.ac.id¹, meirina0805@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen modal kerja terhadap profitabilitas perusahaan. Variabel manajemen modal kerja diukur menggunakan lima indikator: periode konversi inventaris, periode konversi debitor, periode konversi kreditur, siklus konversi tunai, dan efisiensi konversi kas. Profitabilitas diukur melalui empat rasio, yaitu Net Profit Margin (NPM), Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), dan Return on Capital Employed (ROCE). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder dari laporan keuangan 24 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2021. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa semua indikator manajemen modal kerja secara signifikan berpengaruh positif terhadap keempat indikator profitabilitas. Efisiensi dalam pengelolaan piutang dan kas terbukti memiliki kontribusi paling dominan dalam meningkatkan profitabilitas. Temuan ini memperkuat pentingnya manajemen modal kerja dalam menunjang kinerja keuangan jangka pendek dan pencapaian laba perusahaan.

Kata kunci: efisiensi kas; manajemen modal kerja; profitabilitas; ROA; ROE.

Abstract

This study aims to examine the effect of working capital management on firm profitability. Working capital management is measured by five indicators: inventory conversion period, receivables conversion period, payables conversion period, cash conversion cycle, and cash conversion efficiency. Profitability is assessed using four ratios: Net Profit Margin (NPM), Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), and Return on Capital Employed (ROCE). This is a quantitative research using secondary data from the financial statements of 24 food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2019–2021. The regression analysis results indicate that all working capital indicators significantly and positively affect all four profitability measures. The efficiency of receivables and cash management contributes most dominantly to increasing profitability. These findings reinforce the importance of working capital management in supporting short-term financial performance and achieving corporate profitability.

Keywords: cash efficiency; profitability; return on asset; return on equity; working capital management.

PENDAHULUAN

Peningkatan profitabilitas perusahaan menuntut perusahaan perusahaan untuk memaksimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki agar dapat beroperasi secara optimal dan mencapai

profitabilitas maksimal. Salah satu aspek penting yang mendukung keberhasilan tersebut adalah pengelolaan modal kerja, yaitu aktiva lancar dan utang lancar yang digunakan untuk operasional perusahaan.

Pengelolaan modal kerja yang efisien menjaga likuiditas, tetapi juga dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan secara signifikan (Agyei & Yeboah, 2021).

Manajemen modal kerja mencakup pengelolaan sumber daya serta pengeluaran saat ini untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Pakdel & Ashrafi, 2019). Sebaliknya, kesenjangan antara aset lancar dan kewajiban lancar dapat berdampak negatif terhadap pertumbuhan dan kinerja perusahaan (Azam, 2011).

Penelitian oleh Sugisto, Juanda, dan Basyir (2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengelola modal kerja secara optimal cenderung memiliki *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE) yang lebih tinggi.

Mengingat pentingnya modal kerja bagi kelangsungan perusahaan maka penelitian ini bertujuan untuk pengaruh modal kerja terhadap profitabilitas dengan menggunakan empat rasio profitabilitas yaitu *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Equity* (ROE), *Return On Asset* (ROA), dan *Return on Capital Employed* (ROCE).

Keempat indikator ini memberikan gambaran yang menyeluruh tentang profitabilitas dari berbagai perspektif yaitu penjualan, aset, ekuitas, dan modal total. Keempat indikator tersebut saling melengkapi untuk menilai pengaruh dari penegelolaan modal kerja.

Tinjauan Pustaka

Modal kerja adalah selisih antara aset lancar dan utang lancar yang digunakan untuk membiayai operasional jangka pendek.

Profitabilitas merupakan kemampuan Perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio-rasio profitabilitas antara lain:

- 1). *Net Profit Margin* (NPM) untuk mengukur persentase laba bersih dari total penjualan.
- 2) *Return on Equity* (ROE) untuk mengukur persentase laba bersih dari modal sendiri.
- 3) *Return On Asset* (ROA) untuk mengukur persentase laba bersih dari total aset.
- 4) *Return on Capital Employed* (ROCE) untuk mengukur persentase laba bersih dari efektivitas penggunaan modal jangka panjang.

Hubungan modal kerja dan profitabilitas menunjukkan hubungan yang signifikan. Pengelolaan piutang, persediaan, dan utang dagang yang efisien dapat mempercepat siklus kas dan mengurangi kebutuhan pembiayaan eksternal, yang pada akhirnya meningkatkan laba bersih (Agyei & Yeboah, 2021).

Pengaruh manajemen modal kerja terhadap NPM telah diteliti oleh Agyei dan Yeboah (2021) pada perusahaan manufaktur di Ghana dan menemukan bahwa pengelolaan modal kerja memiliki pengaruh negatif terhadap NPM.

Berdasarkan tinjauan teori maka rumusan hipotesis yaitu:

H₁: Manajemen modal kerja berpengaruh positif pada *Net Profit Margin*.

Pengaruh manajemen modal kerja terhadap ROA diteliti oleh Tampubolon, Sirait, dan Aurora (2025) menunjukkan bahwa manajemen modal kerja efektivitas manajemen modal kerja, yang meliputi pengelolaan kas, piutang, dan persediaan, berpengaruh positif terhadap terhadap ROA.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dan tinjauan teori maka rumusan hipotesis yaitu:

H₂: Manajemen modal kerja berpengaruh positif pada *Return On Asset*

Pengaruh manajemen modal kerja terhadap ROE diteliti oleh Pardede, Siregar, dan Andati (2025) pada perusahaan sektor barang dan konsumsi di Indoonesia. Ia menemukan bahwa pengeloalan piutang dan persediaan berpengaruh terhadap ROE. Perusahaan dengan perputaran modal kerja yang efisien mampu meningkatkan ROE.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dan tinjauan teori maka rumusan hipotesis yaitu:

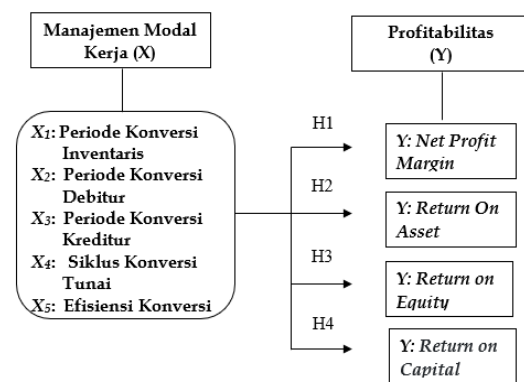
H₃: Manajemen modal kerja berpengaruh positif pada *Return on Equity*

Pengaruh manajemen modal kerja terhadap ROCE diteliti oleh Maenuddin, Khan, dan Hatta (2021) menunjukkan bahwa manajemen modal

kerja yang efisien, diukur oleh rasio *inventory turnover*, *days debtors turnover*, dan *cash turnover* berpengaruh positif terhadap ROCE.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dan tinjauan teori maka rumusan hipotesis yaitu:

H₄: Manajemen modal kerja berpengaruh signifikan pada *Return on Capital Employed*.



Gambar 1. Model Hipotesis Penelitian
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal komparatif. Populasi penelitian dan sampel adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), seluruh populasi dipilih sebagai sampel penelitian

Tabel 1. Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Emite
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
2	AALI	Astra Agro Lestari Tbk
3	ADES	Akasha Wira International Tbk
4	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk

No	Kode	Nama Emite
5	BEEF	PT Estika Tata Tiara Tbk.
6	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
7	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
8	COCO	Wahana Interfoof Nusantara Tbk
9	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
10	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
11	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk
12	DLTA	Delta Djakarta Tbk
13	ENZO	PT Morenzo Abadi Perkasa Tbk
14	FOOD	PT Sentra Food Indonesia Tbk.
15	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
16	HOKI	PT Buyung Poetra Sembada Tbk.
17	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
18	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
19	JPFA	JAPFA Comfeed Indonesia Tbk
20	KEJU	PT Mulia Boga Raya Tbk
21	MYOR	Mayora Indah Tbk
22	PSGO	PT Palma Serasih Tbk
23	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
24	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk

Sumber data: www.idx.co.id (2024)
 Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, berupa laporan keuangan yang diakses pada web www.idx.co.id.

Tabel 2. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel	Pengukuran
Manajemen Modal Kerja (X)	
X ₁ Periode Konversi Inventaris	$\frac{\text{Inventaris Rata - Rata}}{\text{Harga Pokok Penjualan}} \times 365$
X ₂ Periode Konversi Debitur	$\frac{\text{Debitur Rata - Rata}}{\text{Penjualan Kredit Bersih}} \times 365$
X ₃ Periode Konversi Kreditur	$\frac{\text{Kreditor Rata - Rata}}{\text{Harga Pokok Penjualan}} \times 365$
X ₄ Siklus Konversi Tunai	$CCC = ICP + DCP - CCPS$ Dimana: CCC: <i>Cash Conversion Cycle</i> ICP: <i>Inventory Conversion Period</i> DCP: <i>Days of CCPS: Collection Period Creditors' Collection Period (atau Payable Deferral Period)</i>
X ₅ Efisiensi Konversi Kas	$\frac{CFOA}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$ Dimana: Cash Flow from Operating Activitie
Profitabilitas (Y)	
NPM	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$

Variabel	Pengukuran
ROA	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset Rata - Rata}}$
ROE	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$
ROCE	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Average Modal yang Digunakan}}$

Sumber data: Referensi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan empat model regresi linear berganda untuk menguji pengaruh lima indikator manajemen modal kerja terhadap empat indikator profitabilitas, yaitu NPM, ROA, ROE, dan ROCE

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan uji regresi berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Variabel	Asymo. Sig. (2-tailed) ^c	Normalitas
X ₁	0.163	Normal
X ₂	0.200 ^e	Normal
X ₃	0.200 ^e	Normal
X ₄	0.098	Normal (marginal, tapi masih > 0.05)
X ₅	0.200 ^e	Normal
Y _{NMP}	0.200 ^e	Hampir tidak normal, tapi masih diterima
Y _{ROA}	0.064	Normal
Y _{ROE}	0.200 ^e	Normal
Y _{ROCE}	0.200 ^e	Normal

Sumber data: Data diolah (SPSS)

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

	Variance Inflation Factor (VIF)			
	Y _{NMP}	Y _{ROA}	Y _{ROE}	Y _{ROCE}
X ₁	1,677	1,677	1,677	1,677
X ₂	2,327	2,327	2,327	2,327
X ₃	1,769	1,769	1,769	1,769
X ₄	3,878	3,878	3,878	3,878
X ₅	4,478	4,478	4,478	4,478

Sumber data: Data diolah (SPSS)

Berdasarkan nilai VIF kelima indikator variabel manajemen modal kerja (X) terhadap profitabilitas (Y) tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

	Y _{NMP}	Y _{ROA}	Y _{ROE}	Y _{ROCE}
	Sig	Sig	Sig	Sig
(Constant)	0,679	0,434	0,473	0,344
X ₁	0,756	0,615	0,660	0,400
X ₂	0,593	0,597	0,224	0,275
X ₃	0,799	0,761	0,768	0,250
X ₄	0,810	0,398	0,643	0,348
X ₅	0,286	0,131	0,568	0,445

Sumber data: Data diolah (SPSS)

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser, pada masing-masing variabel manajemen modal kerja terhadap variabel Y bernilai > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam keempat model regresi penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi (Uji Run test)

	Unstandardized Residual			
	Y _{NMP}	Y _{ROA}	Y _{ROE}	Y _{ROCE}
Asymp.	0,351	0,061	0,086	0,084

	<i>Unstandardized Residual</i>			
	<i>Y_{NMP}</i>	<i>Y_{ROA}</i>	<i>Y_{ROE}</i>	<i>Y_{ROCE}</i>
<i>Sig. (2-tailed)</i>				

Sumber data: Data diolah (SPSS)

Hasil uji autokorelasi melalui uji *Run Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada variabel manajemen modal kerja terhadap variabel *Y* bernilai lebih besar dari 0.05 yang berarti tidak terjadi autokorelasi pada keempat model regresi penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Berganda

	<i>β(sig)</i>			
	<i>Y_{NMP}</i>	<i>Y_{ROA}</i>	<i>Y_{ROE}</i>	<i>Y_{ROCE}</i>
(<i>Constant</i>)	58,093(0,000)**	16,739(0,04)*	212,003(0,037)	2,898(0,045)**
<i>X₁</i>	0,099(0,010)*	0,141(0,024)*	1,737(0,026)*	0,031(0,016)*
<i>X₂</i>	0,043(0,08)*	1,897(0,026)*	25,264(0,017)*	0,396(0,024)*
<i>X₃</i>	17,997(0,022)*	0,148(0,018)*	1,679(0,031)*	0,032(0,014)*
<i>X₄</i>	0,088(0,00)**	0,144(0,020)*	1,708(0,028)*	0,031(0,014)*
<i>X₅</i>	4,140(0,032)*	0,274(0,018)*	7,817(0,000)**	0,088(0,001)**
<i>R²</i>	0,840 ^a	0,551 ^a	0,704 ^a	0,633 ^a
<i>Adj. R²</i>	0,705	0,304	0,495	0,401
<i>F Sig.</i>	0,000**	0,009*	0,000**	0,001**

Sumber data: Data diolah (SPSS)

Keterangan:

*Signifikan pada $\alpha = 0,05$ ($p < 0,05$)

**Signifikan pada $\alpha = 0,01$ ($p < 0,01$)

Berdasarkan pada tabel 7 menunjukkan:

Uji *H₁*: Manajemen modal kerja berpengaruh positif pada *NPM*

Semua variabel *X* signifikan berpengaruh positif terhadap *NPM*,

dengan pengaruh dominan ditunjukkan oleh *X₃* (Periode Konversi Kreditur) dengan nilai $\beta=17,997$ ($p = 0,022$), *X₅* (Efisiensi Konversi Kas) nilai $\beta=4,140$ ($p = 0,032$)

Artinya, efisiensi pengelolaan utang usaha dan kas mempunyai pengaruh yang kuat terhadap *NPM*. Adapun nilai $R^2 = 0,840$, *Adjusted R² = 0,705* menunjukkan model sangat kuat.

Uji *H₂*: Manajemen modal kerja berpengaruh positif pada *ROA*

Semua variabel *X* signifikan berpengaruh positif terhadap *ROA*, khususnya *X₂* (Periode Konversi Debitur) berpengaruh positif dengan nilai $\beta=1,897$ ($p = 0,026$) dan *X₅* (Efisiensi Konversi Kas) dengan nilai $\beta=0,274$ ($p = 0,018$)

Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan penagihan piutang dan pengelolaan kas mempengaruhi efisiensi penggunaan aset perusahaan. Adapun nilai $R^2 = 0,551$, *Adjusted R² = 0,304* menunjukkan model sangat kuat sedang.

Uji *H₃*: Manajemen modal kerja berpengaruh positif pada *ROE*.

Semua variabel *X* signifikan berpengaruh positif terhadap *ROE*. Pengaruh terbesar berasal dari *X₂* (Periode Konversi Debitur) dengan nilai $\beta= 25,264$ ($p = 0,017$) dan *X₅* (Efisiensi Konversi Kas) dengan nilai $\beta=7,817$ ($p = 0,000$). Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas manajemen piutang dan kas sangat penting dalam meningkatkan pengembalian terhadap modal pemilik.

Adapun nilai $R^2 = 0,704$, $Adjusted R^2 = 0,495$ menunjukkan model kuat.

Uji H4: Manajemen modal kerja ROCE.

Semua variabel X signifikan berpengaruh terhadap ROCE, terutama X_2 (Periode Konversi Debitur) dengan nilai $\beta=0,396$ ($p = 0,024$) dan X_5 (Efisiensi Konversi Kas) dengan nilai $\beta=0,088$ ($p = 0,001$). Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan mengelola modal kerja berpengaruh positif pada efektivitas penggunaan modal yang diinvestasikan. Adapun nilai $R^2 = 0,633$, $Adjusted R^2 = 0,401$ menunjukkan model model cukup kuat.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen modal kerja secara signifikan berpengaruh positif terhadap keempat indikator profitabilitas, yaitu NPM, RO), ROE, dan ROCE. Seluruh variabel manajemen modal kerja memiliki kontribusi positif terhadap peningkatan profitabilitas.

Temuan bahwa manajemen modal kerja berpengaruh positif terhadap NPM didukung oleh Pitriani, Komariah, dan Jhoansyah (2024) yang menunjukkan bahwa *Working Capital Turnover* berpengaruh positif terhadap NPM pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.

Sebaliknya, hasil ini bertentangan dengan temuan Agyei dan Yeboah (2021) yang menemukan pengaruh negatif antara manajemen modal kerja

dan NPM di Ghana. Hal ini bisa disebabkan oleh perbedaan kondisi ekonomi, sistem kredit usaha, dan efisiensi operasional antar negara.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Tampubolon et al. (2024) yang menunjukkan bahwa efektivitas pengelolaan piutang dan kas berdampak positif terhadap ROA. Temuan serupa juga diperoleh oleh Bhutto, Mangi, Rajper, dan Ghumro (2019) yang menegaskan bahwa *Average Collection Period* dan *Cash Conversion Cycle* secara signifikan meningkatkan ROA di sektor manufaktur Pakistan.

Efisiensi dalam mengelola piutang dan kas (X_2 dan X_5) terbukti sangat berpengaruh terhadap ROE. Hal ini konsisten dengan penelitian Pardede et al., (2025) yang menemukan bahwa perusahaan dengan pengelolaan piutang dan persediaan yang optimal dapat meningkatkan pengembalian atas modal pemilik.

Penelitian ini juga diperkuat oleh temuan Maeenuddin et al. (2021) yang menunjukkan bahwa efisiensi manajemen modal kerja, khususnya pada *inventory turnover* dan *debtor turnover*, berdampak positif terhadap ROCE. Artinya, pengelolaan modal kerja yang baik mampu meningkatkan efektivitas penggunaan modal jangka panjang.

KESIMPULAN:

Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa manajemen modal kerja yang terdiri dari periode konversi inventaris, piutang, kreditur, siklus konversi tunai, dan efisiensi konversi kas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini berlaku pada keempat indikator profitabilitas yang diuji, yaitu NPM, ROA, ROE, dan ROCE. Artinya, semakin baik pengelolaan modal kerja, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan.

SARAN:

Perusahaan disarankan untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan piutang dan kas, serta menjaga keseimbangan antara waktu pembayaran kepada kreditur dan pengumpulan dari debitur. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti likuiditas, leverage, atau kondisi makroekonomi sebagai faktor tambahan yang memengaruhi profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyei, S. K., & Yeboah, B. (2021). *The Spanish Review of Financial Economics Working Capital Management And Profitability Of The Spanish*. *Review of Financial Economics*. Volume 9 (1), 39–47.
- Azam, Muhammad, S. I. H. (2011). *Impact of Working Capital Management on Firms ' Performance : Evidence from Non-Financial Institutions of KSE-30 index*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 2005, 481–492.
- Bhutto, S., Rajper, Z. A., Mangi, R. A., & Ghumro, I. A. (2019). *Impact of Working Capital Management on Financial Performance of Firms: Evidence from Pakistani Firms*. *Sukkur IBA Journal of Management and Business*, 5(2), 24–44. <https://doi.org/10.30537/sijmb.v5i2.346>
- Maeenuddin, Khan, Hatta, U. (2021). *Working Capital Management and Firm Performance Working Capital Management and Firm Performance*. *Nigerian Journal of Marketing*, December, 38.
- Pakdel, M., & Ashrafi, M. (2019). *Relationship between Working Capital Management and the Performance of Firm in Different Business Cycles*. *Dutch Journal of Finance and Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29333/djfm/5874>
- Pardede, R. H. S., Siregar, H., & Andati, T. (2025). Pengaruh Pengelolaan Modal Kerja Terhadap Kinerja Perusahaan Jasa Konstruksi PT Waskita Karya (Persero) Tbk. *Owner*, 9(2), 1123–1133. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2640>
- Pitriani, E., Komariah, K., & Jhoansyah, D. (2024). Pengaruh *Working Capital Turnover, Inventory Turnover dan Sales Growth* terhadap *Net Profit Margin*. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.24929/feb.v14i>

1.2619

Sugisto, H., Juanda, J., & Basyir, M. (2023). Pengaruh Manajemen Modal Kerja terhadap Profitabilitas pada Industri Barang Konsumsi di Indonesia. *Manis: Jurnal Manajemen, Inovasi Bisnis Dan Strategi*, 1(2), 143-155.

<https://jurnal.usk.ac.id/manis/article/view/34636>
<https://jurnal.usk.ac.id/manis/article/download/34636/19615>

Tampubolon, MG, Sirait, NJ, A. T. (2024). Pengaruh Manajemen Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 3(2),125-139.

<https://doi.org/10.21776/jmrk.2024.03.2.03>

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FINTECH PEER TO PEER LENDING
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAYLATER
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2019-2022 di Sekolah Tinggi Ilmu
Administrasi Malang)**

Eka Agustiningtias¹, Yeri Dwi Ayu Lusita², Arie Ika.³
^{1,2,3}Prodi Administrasi Bisnis
^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Malang
Email : ekaagustiningtias0490@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan guna menganalisa pengaruh dari literasi keuangan dan fintech peer to peer lending terhadap keputusan penggunaan shopee paylater. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Sekolah Administrasi (STIA) Malang angkatan tahun 2019-2022 sebanyak 71 karena kurang dari 100 responden. Dan sampel yang memenuhi syarat hanya 63 responden. Pada penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Hasil dari uji f menunjukkan bahwasannya variabel berpengaruh Literasi Keuangan serta Fintech Peer to Peer Lending secara bersamaan dan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Shopee Paylater dengan nilai hasil Fhitung > Ftabel = 10.435 > 3.15 serta nilai signifikansi sebesar $0.02 < 0.05$ yang artinya hipotesis penelitian ini menerima H1. Dari analisa Koefisien Determinasi (R²) menunjukkan pada skor R penelitian ini sejumlah 0.705 atau dapat dijelaskan bahwa model variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel dependen sebesar 70,5% sedangkan 29,5% sisanya dijelaskan oleh model variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Fintech Peer to Peer Lending, Keputusan Penggunaan.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of financial literacy and fintech peer to peer lending on the decision to use Shopee PayLater. The population in this study was all 71 students at the School of Administration (STIA) Malang class 2019-2022 because there were less than 100 respondents. And the sample that meets the requirements is only 63 respondents. This study used a saturated sample. The results of the f test show that the variables influence Financial Literacy and Fintech Peer to Peer Lending simultaneously and have a significant influence on the variable Decision to Use Shopee Paylater with the result being $F_{count} > F_{table} = 10,435 > 3.15$ and a significance value of $0.02 < 0.05$, which means the hypothesis of this research accept H1. From the analysis of the Coefficient of Determination (R²) it shows that the R score for this research is 0.705 or it can be explained that the independent variable model contributes to the dependent variable by 70.5% while the remaining 29.5% is explained by other variable models outside this research.

Keywords: Financial Literacy, Fintech Peer to Peer Lending, Usage Decisions

PENDAHULUAN

Di era modern, kebutuhan individu semakin beragam dan kompleks, mencakup aspek primer maupun sekunder yang harus dipenuhi untuk mencapai kesejahteraan. Ketidakpastian ekonomi yang terus berkembang menuntut kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara bijak, yang dikenal sebagai kecerdasan finansial atau literasi keuangan (Lusardi & Mitchell, 2014). Literasi keuangan yang memadai memungkinkan individu untuk membuat keputusan keuangan yang tepat, mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki, serta menghindari risiko finansial yang dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan ekonomi jangka panjang (OECD, 2020). Seiring dengan meningkatnya kompleksitas kebutuhan dan perkembangan teknologi finansial, literasi keuangan menjadi aspek krusial dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendukung stabilitas ekonomi secara keseluruhan (Atkinson & Messy, 2012). Di Indonesia, kesadaran masyarakat soal manajemen keuangan masih tertinggal

dibandingkan dengan negara-negara lain di kawasan ASEAN. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengartikan literasi keuangan sebagai rangkaian proses dan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan, kepercayaan, dan keterampilan masyarakat dalam mengatur finansial. Pada tahun 2022, OJK merangkum survei dari Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) indeks literasi keuangan sudah mencapai 49,68 persen, yang sebelumnya hanya berada di angka 38,0 persen pada tahun 2019. Sedangkan untuk indeks inklusi keuangan di tahun 2022 tercatat 85,10 persen, naik dari 76,19 persen di tahun 2019. Data ini memaparkan perbedaan antara kondisi literasi keuangan dan indeks inklusi keuangan semakin menyempit, dari 38,16 persen pada tahun 2019 menjadi 35,42 persen di tahun 2022.

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan membuat keputusan yang tepat saat menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi dan teknologi keuangan (fintech).

Pemahaman yang tepat tentang konsep keuangan seperti manajemen risiko, suku bunga, dan mekanisme kredit akan memungkinkan individu untuk menggunakan layanan FinTech secara optimal dan bertanggung jawab (Lusardi & Mitchell, 2014). Seiring dengan berkembangnya inovasi dalam industri keuangan digital seperti peer-to-peer lending (P2P), e-wallet, dan pay later (BNPL), literasi keuangan yang memadai menjadi hal yang penting untuk mengurangi risiko keuangan yang berlebihan dan mendukung inklusi keuangan yang berkelanjutan. (OECD, 2020). Jika seseorang memiliki pengetahuan keuangan, mereka cenderung lebih efektif dalam mengoptimalkan pemanfaatan berbagai produk dan layanan keuangan yang ada (OJK, 2017). Banyak bank yang bersaing untuk mengembangkan Data mengenai perkembangan fintech di Indonesia selama beberapa dekade menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan angka yang meningkat enam kali lebih banyak dalam sepuluh tahun terakhir. Menurut AC Ventures dan Boston

Consulting Group (BCG), jumlah pengguna fintech awalnya adalah 51 pada tahun 2011, namun angka tersebut melonjak menjadi 334 pada tahun 2022. Pada awalnya, segmen pembayaran mendominasi pemain fintech di Indonesia, dengan persentase mencapai 55% pada tahun 2011. Seiring berjalannya waktu, perkembangan fintech di dalam negeri semakin pesat, dengan munculnya segmen-segmen baru seperti pinjaman, asuransi, manajemen kekayaan, dan lainnya. Pada tahun 2022, segmen pinjaman menjadi yang terbesar di Indonesia, menyumbang proporsi sebesar 35%, diikuti oleh segmen pembayaran yang mencapai 33%. Selain itu, sekitar 17% fintech beroperasi di segmen manajemen kekayaan, sementara 2% terlibat dalam segmen asuransi, dan 12% lainnya berfokus pada segmen yang berbeda.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merujuk pada kesadaran dan wawasan terkait konsep finansial pribadi, termasuk pengetahuan

terkait manajemen finansial, pengelolaan tabungan, investasi, pemahaman tentang utang dan kredit, serta pengetahuan tentang asuransi dan perencanaan keuangan jangka panjang. Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan finansial.

Dengan literasi keuangan, individu dapat memahami berbagai konsep dan terminologi keuangan, seperti anggaran, bunga, inflasi, risiko investasi, dan diversifikasi Adler dan Lutfi (2009).

Fintech Peer to Peer Lending

Fintech Peer to Peer Lending (P2PL) merupakan model layanan bisnis dengan menghubungkan peminjam dan pemberi pinjaman melalui platform digital. Peer to peer lending memungkinkan individu atau bisnis yang membutuhkan pendanaan untuk mendapatkan pinjaman langsung dari investor yang tertarik untuk memberikan dana. Dalam model ini,

platform peer to peer lending bertindak sebagai perantara antara peminjam dan pemberi pinjaman. Platform tersebut menyediakan wadah bagi peminjam untuk mengajukan pinjaman dengan jumlah dan tenor tertentu, dan memfasilitasi pencocokan peminjam dengan pemberi pinjaman yang bersedia memberikan pinjaman dengan suku bunga yang disepakati Amer, dkk (2015). Keuntungan utama dari fintech peer to peer lending adalah memberikan akses pendanaan yang lebih mudah dan cepat bagi individu atau bisnis yang sulit mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan tradisional. Peer to peer lending juga memberikan peluang bagi investor untuk mendapatkan pengembalian yang lebih tinggi daripada investasi tradisional seperti tabungan atau deposito. Namun, ada beberapa risiko yang perlu dipertimbangkan dalam peer to peer lending. Risiko utama adalah gagal bayar atau kredit macet, di mana peminjam tidak mampu membayar kembali pinjaman. Risiko ini dapat mengakibatkan kerugian finansial bagi

pemberi pinjaman. Maka dari itu, sangat penting bagi investor untuk melakukan evaluasi risiko yang cermat dan diversifikasi investasi mereka dalam beberapa pinjaman untuk mengurangi risiko tersebut.

peer to peer lending menawarkan biaya yang lebih rendah dan tingkat efisiensi yang lebih tinggi.

Keputusan Penggunaan

Keputusan untuk menggunakan suatu jasa merujuk pada tindakan atau pilihan yang diambil oleh individu saat menghadapi situasi tertentu. Setiap keputusan melalui serangkaian langkah konkret yang dilakukan untuk menentukan pilihan dari berbagai opsi yang ada. Menurut Setiadi (2011:332), pengambilan keputusan dalam penggunaan merupakan proses pengintegrasian yang menyatukan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih pilihan perilaku alternatif, dengan tujuan memilih salah satu yang paling sesuai dengan kebutuhan yang ada. Proses pengambilan keputusan ini melibatkan identifikasi masalah, analisis

alternatif, evaluasi konsekuensi, dan akhirnya pemilihan opsi terbaik yang selaras dengan tujuan dan nilai-nilai yang relevan. Kotler, dalam Wibowo dan Priansa (2018:300)

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian
Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif untuk mencapai hasil yang optimal. Jenis penelitian ini bersifat Sistematis, terorganisir, dan disusun dengan jelas. Berdasarkan desain penelitian yang telah ditentukan. Menurut Sugiyono (2011:8), "Teknik penelitian yang didasarkan pada positivisme menggunakannya untuk menganalisis sekelompok orang atau sampel tertentu.

Pengumpulan informasi data dilakukan dengan alat studi, dan analisis datanya dilakukan secara kuantitatif atau dengan bantuan pendekatan statistik, bertujuan untuk memeriksa teori yang telah ditentukan.

Selain itu, penelitian ini menggunakan metode korelasional. Creswell (2014) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif korelasional adalah jenis penelitian di mana teknik statistik digunakan untuk mengevaluasi bagaimana hubungan antara dua variabel independen atau lebih. Studi ini bertujuan untuk menentukan jenis hubungan kausal antara variabel bebas (x) dan pengaruh literasi keuangan dan fintech peer to peer lending terhadap variabel terikat

(Y) dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan Shopee Paylater. Lokasi dan Waktu Penelitian Studi ini dilakukan di Kota Malang, Jawa Timur yang ditujukan kepada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administasi Malang (STIA) dalam kurun waktu penelitian dilaksanakan selama 3 minggu.

Definisi Operasional

- a). Variabel independen : Literasi Keuangan (X1), Fintech Peer to Peer Lending (X2)
- b). Variabel dependen: Keputusan

Penggunaan (Y)

Populasi dan Sampel Populasi

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019), populasi merupakan generalisasi dari area yang mencakup objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang aktif dari program studi Administrasi Bisnis angkatan 2019-2022, dengan total sebanyak 63 orang.

Sampel

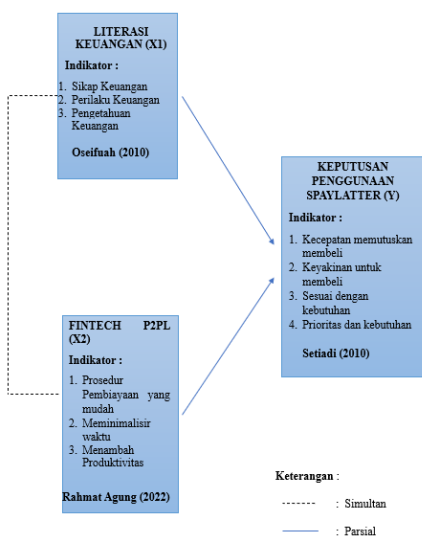
Dalam penelitian ini, menentukan sampel menggunakan sampel jenuh yang diambil terdiri dari seluruh mahasiswa Administrasi Bisnis yang masih aktif dari tahun 2019 hingga 2022. Menurut Sugiyono (2019), teknik sampling jenuh merupakan metode pemilihan

sampel di mana setiap anggota populasi diikutsertakan sebagai bagian dari sampel. Dalam studi ini, metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah sampling jenuh, yang berarti bahwa seluruh populasi dalam penelitian ini dijadikan sebagai sampel.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dapat diperoleh berupa perhitungan angka dari hasil kuisisioner yang dibagikan kepada responden, di mana skor untuk setiap jawaban diberikan, dan jumlah yang akan membuat kesimpulan tentang validitas angka masing-masing variabel independen dibandingkan dengan variabel dependen.

Kerangka Pemikiran



HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas

Pengolahan data dengan kriteria nilai signifikansi $<0,05$ akan dianggap valid dan data tersebut tepat $R_{hitung} > R_{tabel}$. Setelah dilakukan penelitian dan pengolahan, berikut data yang diperoleh

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Nilai Sig.
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,561	0,248	0,000
	X1.2	0,621	0,248	0,000
	X1.3	0,627	0,248	0,000
	X1.4	0,375	0,248	0,000
	X1.5	0,718	0,248	0,000
	X1.6	0,751	0,248	0,000
	X1.7	0,719	0,248	0,000
	X1.8	0,716	0,248	0,000
	X1.9	0,655	0,248	0,000
	X1.10	0,575	0,248	0,000
	X1.11	0,511	0,248	0,000
	X1.12	0,534	0,248	0,000
	X1.13	0,527	0,248	0,000
X1.14	0,506	0,248	0,000	

Variabel	Item	R _{hitung} g	R _{tabel} l	Nilai i Sig.
	X1.1 5	0,507	0,24 8	0,00 0
Fintech Peer to Peer Lending (X2)	X2.1	0,743	0,24 8	0,00 0
	X2.2	0,741	0,24 8	0,00 0
	X2.3	0,731	0,24 8	0,00 0
	X2.4	0,662	0,24 8	0,00 0
	X2.5	0,786	0,24 8	0,00 0
	X2.6	0,594	0,24 8	0,00 0
	X2.7	0,774	0,24 8	0,00 0
	X2.8	0,760	0,24 8	0,00 0
	X2.9	0,744 5	0,24 8	0,00 0
	Y1	0,718	0,24 8	0,00 0
	Y2	0,654	0,24 8	0,00 0
	Y3	0,620	0,24 8	0,00 0
	Y4	0,768	0,24 8	0,00 0
	Y5	0,839	0,24 8	0,00 0
	Y6	0,820	0,24 8	0,00 0
Y7	0,616	0,24 8	0,00 0	
Y8	0,619	0,24 8	0,00 0	
Y9	0,676	0,24 8	0,00 0	
Y10	0,599	0,24 8	0,00 0	

Variabel	Item	R _{hitung} g	R _{tabel} l	Nilai i Sig.
	Y11	0,725	0,24 8	0,00 0
	Y12	0,794	0,24 8	0,00 0
	Y13	0,703	0,24 8	0,00 0
	Y14	0,681	0,24 8	0,00 0

Sumber: Diolah, 2024

Berdasarkan uji validitas dari masing-masing variabel independen dan dependen di atas beserta banyaknya pernyataan dari masing-masing indikator variabel, terkumpul angka-angka yang sudah diolah hingga didapatkan data seperti yang ditunjukkan pada tabel diatas, yang menunjukkan bahwa semua data memenuhi kriteria valid dengan perolehan Rhitung > Rtabel dan nilai signifikan < 0,05.

Uji reliabilitas digunakan untuk melakukan pengujian konsistensi atau berpengaruh tidaknya antar variabel tersebut dan untuk mengetahui instrumen tersebut memunculkan hasil yang sama dalam dua kali pengujian dengan Cronbach Alpha > taraf signifikansi (0,67) berikut data yang sudah diperoleh:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,869	Reliabel
Fintech Peer to Peer	0,844	Reliabel
Lending (X2)		
Keputusan Penggunaan Spaylater	0,917	Reliabel

Jadi berdasarkan data yang didapatkan menunjukkan semua variabel memenuhi kriteria, dimana Cronbach's Alpha > 0,67 dan menunjukkan hasil yang dapat dipercaya, sehingga bisa disimpulkan bahwa indikator-indikator dari variabel-variabel tersebut layak digunakan untuk uji instrumen kuesioner.

Uji F (Simultan)

Berdasarkan data tabel diatas, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} = 10.435 > 3.15$.

Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang mengartikan bahwa variabel independen yaitu, literasi keuangan (X1), fintech peer to peer lending (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara positif terhadap keputusan penggunaan spaylater (Y) secara simultan.

Uji T (Parsial)

Tabel Hasil Uji t Literasi Keuangan (X1)

Variabel	Variabel	F_{hitung}	Sig .	Keterangan
Independen Literasi Keuangan (X1)	Dependen Keputusan Penggunaan Shopee PayLater (Y)	3.230	0.002	H2 diterima

Sumber : Diolah, 2024.

Tabel di atas memaparkan bahwa hasil dari pengolahan data SPSS diketahui bahwa nilai thitung sebesar 3.230, dimana thitung > ttabel = 3.230 > 1.671. Maka menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan shopee paylater. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 diterima, yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh secara parsial (individu)

terhadap keputusan penggunaan shopee paylater.

Hasil Uji R2

Bertujuan untuk menilai seberapa besar proporsi dari variabel independen yaitu literasi keuangan (X1), fintech peer to peer landing (X2) mempengaruhi keputusan penggunaan shopee paylater (Y)

Tabel 4. 2 Hasil Uji R2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.843	0.710	0.705	4.105

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai adjusted R square sebesar 0.705 yang artinya literasi keuangan (X1), fintech peer to peer landing (X2) mempengaruhi keputusan penggunaan shopee paylater (Y) sebanyak 70,5%, sementara 29,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dicakup dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara individu antara literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan shopee paylater. Artinya semakin bagus memahami tentang literasi keuangan

yang didapat maka semakin bijak pula masyarakat mengelola dan mengambil keputusan penggunaan shopee paylater

. Hal ini dibuktikan oleh nilai yang diperoleh dari Uji T yang mengindikasikan bahwa thitung $3.230 > t_{tabel} 1.671$ maka menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan shopee paylater.

Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai mekanisme layanan kredit berbasis teknologi, termasuk suku bunga, biaya administrasi, dan implikasi finansial dari penggunaan fasilitas pembayaran tunda (BNPL).

Secara teori, literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk mengevaluasi manfaat dan risiko layanan keuangan secara lebih rasional, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dalam mengakses dan menggunakan layanan seperti Shopee PayLater (Lusardi & Mitchell, 2014). Temuan ini juga sejalan dengan penelitian OECD (2020) yang menyebutkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pemahaman individu terhadap instrumen keuangan, tetapi juga membantu dalam pengelolaan utang dan perencanaan keuangan yang lebih baik.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa H1 diterima yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh secara parsial (individu) terhadap pengambilan keputusan shopee paylater.

Saran

Para peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas jangkauan penelitian, mengingat penelitian ini belum sepenuhnya mencakup banyak responden. Dalam proses pengumpulan data, disarankan untuk melibatkan seluruh mahasiswa administrasi dan menerapkan metode yang diharapkan bisa lebih optimal dalam memperoleh data yang diperlukan.

2. Para peneliti selanjutnya diharapkan memperbanyak literasi dari buku atau jurnal internasional lainnya untuk menambah wawasan literasi keuangan maupun fintech peer to peer lending

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwalla, S. K., et al. (2013). Financial Literacy among Students: A Study of Post Graduate Students in India. *Indian Journal of Finance*, 7(4), 21-32.
- Atkinson, A., & Messy, F.-A. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. OECD.
- Bruin, W., Fore, D., & Tsuji, Y. (2010). Expectations about inflation and the impact on investment decisions. *Journal of Economic Psychology*, 31(2), 312-319.
- Bucher-Koenen, T., et al. (2016). Financial Literacy and Financial Behavior.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (Ulfatun et al., 2016). Financial Literacy and Financial Behavior among College Students: A Study in Indonesia. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(1), 133-140.
- OECD. (2020). OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44

PENGARUH PENGELOLAAN PERSEDIAAN TERHADAP PENINGKATAN EFISIENSI PEMBELIAN PADA PT RATU IDAMAN PRATAMA

Alie Zainal Abidin¹, Ali Hanafiah², M. Virgiawan Syaputra.³

^{1,3}Prodi Administrasi Publik

²Prodi Magister Administrasi

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Malang

Email : alihanafiah218@gmail.com

ABSTRAK

Supermarket dan tempat penjualan eceran makanan sangat penting bagi masyarakat kontemporer untuk memenuhi permintaannya. Untuk memacu persaingan di antara para pelaku bisnis untuk memperluas operasinya, bisnis berkembang dari skala kecil menjadi skala besar seiring dengan pertumbuhan zaman. Dalam bisnis supermarket, penerapan manajemen persediaan yang baik dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh strategi pengelolaan persediaan terhadap efisiensi pembelian pada PT Ratu Idaman Pratama. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Ratu Idaman Pratama sedangkan sampel penelitian sebanyak 20 orang yang memiliki jabatan staf atau di atasnya. Pengelolaan persediaan adalah suatu proses mengatur, mengelola, dan mengendalikan jumlah barang atau bahan yang dimiliki oleh perusahaan agar selalu tersedia saat dibutuhkan tanpa kelebihan yang dapat menimbulkan biaya tambahan. Sedangkan efisiensi pembelian adalah kemampuan untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan dengan kualitas baik dan harga terbaik, dengan waktu dan sumber daya seminimal dan sehemat mungkin. Analisis data pada karya tulis ini menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan variabel pengelolaan persediaan berpengaruh signifikan terhadap efisiensi pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 0.174. Hal ini berarti 17.4% variabel terikat (dependen) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (independen) yaitu Pengelolaan Persediaan. Diharapkan dari hasil penelitian ini pimpinan PT Ratu Idaman Pratama selalu melakukan pengawasan terhadap pengelolaan persediaan sehingga dapat meningkatkan efisiensi pembelian.

Kata Kunci: Pengelolaan Persediaan, Efisiensi Pembelian..

ABSTRACT

Supermarkets and food retail outlets are essential for contemporary society to meet its demands. To spur competition among business people to expand their operations, businesses are developing from small scale to large scale along with the times. In the supermarket business, implementing good inventory management can have a significant impact on purchasing efficiency. This research aims to examine the effect of inventory management strategies on purchasing efficiency at PT Ratu Idaman Pratama. The population in this study were all employees of PT Ratu Idaman Pratama, while the research sample was 20 people who held staff positions or above. Inventory management is a process of arranging, managing and controlling the amount of goods or materials owned by a company so that they are always available when needed without excesses that can cause additional costs. Meanwhile, purchasing efficiency is the ability to obtain the goods or services needed with good quality and the best price, with minimal time and resources and as economically as possible.

Data analysis in this paper uses data quality tests, classical assumption tests, simple linear regression, hypothesis testing, and coefficient of determination. The research results prove that inventory management variables

simultaneously have a significant effect on purchasing efficiency. The coefficient of determination value is 0.174. This means that 17.4% of the dependent variable can be explained by the independent variable, namely Inventory Management. It is hoped that from the results of this research, the leadership of PT Ratu Idaman Pratama will always supervise inventory management so that it can increase purchasing efficiency.

Keywords: *Inventory Management, Purchasing Efficiency.*

PENDAHULUAN

Supermarket dan tempat penjualan eceran makanan sangat penting bagi masyarakat kontemporer untuk memenuhi permintaannya. Untuk memacu persaingan di antara para pelaku bisnis untuk memperluas operasinya, bisnis berkembang dari skala kecil menjadi skala besar seiring dengan pertumbuhan zaman. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan ini telah mengalami perubahan yang luar biasa karena perubahan kebiasaan konsumen dan peningkatan populasi. Evolusi industri ritel makanan dan supermarket juga dipengaruhi oleh tren pelanggan, inovasi produk, dan teknik manajemen perusahaan.

Kesuksesan sebuah perusahaan dapat dilihat dari kemampuan untuk memahami perilaku konsumen dan memperkirakan kebutuhan pada produk - produk yang memiliki permintaan

yang tinggi. Analisis mengenai ketersediaan barang, kualitas yang baik dan volume permintaan serta dapat menyediakan pada saat waktu yang tepat berperan penting bagi perusahaan dalam menghadapi era persaingan pasar yang ketat. Untuk menjaga pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat diperlukan beberapa faktor termasuk memilih supplier yang berkualitas, harga dan ketepatan waktu dalam memasok produk. Proses bisnis perusahaan dapat mengalami kesulitan jika hal-hal ini tidak terkoordinasi. Oleh karena itu, manajemen inventaris yang baik sangat penting untuk mempertahankan daya beli dan mengatasi kesulitan yang ditimbulkan oleh persaingan yang ketat.

Dalam bisnis supermarket, penerapan manajemen persediaan yang baik dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi pembelian. Menurut

Behesti (2010) dalam ekosistem bisnis yang sering berubah dan persaingan ketat saat ini, perusahaan semakin mendapat tekanan untuk selalu mengembangkan strategi yang berdampak terhadap biaya persediaan. Manajemen persediaan memiliki andil dalam efisiensi pembelian dan kemampuan untuk menghadapi volume permintaan. Faktor penyimpanan dalam manajemen persediaan bertujuan menjaga kualitas barang yang disajikan. Bala (2012) menunjukkan betapa tingginya keuntungan organisasi ritel jika memiliki sistem canggih untuk mengantisipasi permintaan dan memiliki manajemen inventaris yang sangat baik.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh pengelolaan persediaan terhadap efisiensi pembelian PT Ratu Idaman Pratama.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengelolaan Persediaan

Pengelolaan persediaan merupakan salah satu aspek penting dalam

manajemen operasional perusahaan. Menurut Deveshwar dan Dhawal (2013), manajemen inventaris adalah teknik yang digunakan oleh bisnis untuk mengatur, menyimpan, dan mengisi kembali persediaan guna mempertahankan pasokan yang cukup sekaligus meminimalkan biaya. Kegiatan dalam manajemen persediaan meliputi pengendalian stok, peramalan permintaan, penentuan titik pemesanan kembali, hingga pemilihan metode pengisian ulang yang tepat.

Tujuan utama dari pengelolaan persediaan adalah memastikan ketersediaan barang atau bahan baku untuk mendukung kelancaran proses produksi atau penjualan tanpa terjadi kelebihan persediaan yang dapat menimbulkan biaya penyimpanan dan risiko kerusakan barang. Menurut Heizer & Render (2016), manajemen persediaan yang efektif mampu menjaga keseimbangan antara tingkat pelayanan pelanggan dengan biaya persediaan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Dengan kata lain, perusahaan harus dapat menentukan jumlah persediaan yang optimal. Jika persediaan terlalu sedikit, dapat menghambat kegiatan operasional dan menurunkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, persediaan yang terlalu banyak akan meningkatkan biaya simpan, risiko kadaluarsa atau usang, serta modal kerja yang tertahan. Oleh karena itu, diperlukan sistem pengelolaan persediaan yang tepat, misalnya melalui metode Economic

Order Quantity (EOQ), Just in Time (JIT), atau metode lainnya sesuai karakteristik perusahaan.

2. Efisiensi Pembelian

Efisiensi pembelian berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh barang atau bahan baku yang diperlukan dengan biaya, kualitas, dan waktu yang optimal. Menurut Van Weele & Van Raaij (2014), efisiensi pembelian dapat diartikan sebagai kapasitas untuk mendapatkan barang atau jasa yang diperlukan dengan harga dan kualitas terbaik, dalam waktu dan usaha yang minimal, serta dengan biaya serendah mungkin.

Dalam konteks manajemen operasional, efisiensi pembelian berperan penting karena langsung mempengaruhi biaya produksi dan daya saing perusahaan. Semakin efisien proses pembelian, semakin rendah biaya yang dikeluarkan tanpa mengorbankan kualitas barang yang dibutuhkan.

Menurut Monczka et al. (2015), faktor yang mempengaruhi efisiensi pembelian antara lain:

1. Pemilihan pemasok yang tepat dengan harga kompetitif.
2. Perencanaan kebutuhan yang akurat untuk menghindari pembelian mendadak.
3. Negosiasi kontrak yang efektif untuk mendapatkan harga dan syarat yang menguntungkan.

4. Koordinasi dengan bagian persediaan agar pembelian dilakukan sesuai waktu dan jumlah yang diperlukan.

3. Hubungan Pengelolaan Persediaan dan Efisiensi Pembelian

Pengelolaan persediaan yang baik berpengaruh langsung terhadap efisiensi pembelian. Jika persediaan dikelola secara optimal, maka perusahaan dapat merencanakan pembelian dengan lebih baik, menentukan jumlah pemesanan yang tepat, serta memilih waktu pembelian yang menguntungkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Chopra dan Meindl (2013) bahwa integrasi antara manajemen persediaan dan fungsi pembelian akan meningkatkan efisiensi rantai pasok secara keseluruhan.

Di PT Ratu Idaman Pratama, pengelolaan persediaan yang efektif diharapkan mampu memberikan data yang akurat terkait kebutuhan bahan baku atau barang, sehingga bagian pembelian dapat melakukan pemesanan dengan harga yang lebih kompetitif dan meminimalkan pembelian mendadak. Dengan demikian, efisiensi pembelian meningkat karena proses pembelian dilakukan berdasarkan perencanaan yang matang, bukan sekadar respons terhadap kekosongan stok.

METODOLOGI PENELITIAN

Pengaruh manajemen persediaan terhadap efisiensi pembelian pada PT.

Ratu Idaman Pratama menjadi pokok bahasan utama penelitian ini yang menggunakan metodologi kuantitatif. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang mengacu pada pendapat Fatihudin (2015:28). Manajemen persediaan PT. Ratu Idaman Pratama menjadi subjek penelitian ini, yang menggunakan teknik deskriptif dan pengumpulan, penyajian, dan analisis data kuantitatif. Data tersebut nantinya akan digunakan untuk mengetahui apakah berpengaruh terhadap efisiensi pembelian di PT. Ratu Idaman Pratama.

Penelitian ini menggunakan dua lokasi, yaitu Gudang Ratu yang beralamat di Jl. Peltu Sujono No. 8a dan PT. Ratu Idaman Pratama yang beralamat di Gajah Mada Plaza, Jl. Kyai Haji Agus Salim No. 18, Malang, Jawa Timur, 65118, Indonesia. Periode penelitian selama dua bulan dimulai pada bulan Mei-Juni 2024. Teknik pemilihan sampel yang dikenal sebagai "purchase sampling", sebanyak dua puluh karyawan gudang PT Ratu Idaman Pratama menjadi sampel penelitian.

Metode pengumpulan data menggunakan teknik yaitu kuesioner . Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan interval 1 sampai 5. Penganalisisan data dilakukan dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji T, dan Adjusted R Square

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

(a) Pengelolaan Persediaan (X)

Variabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
X1	0,807	Valid
X2	0,627	Valid
X3	0,649	Valid
X4	0,541	Valid
X5	0,717	Valid
X6	0,551	Valid
X7	0,679	Valid

Seluruh pernyataan pada variabel X dapat dikatakan valid karena memiliki nilai signifikansi kurang dari 0.05. Nilai signifikansi X1 adalah 0.000,

X2 0.003, X3 0.002, X4 0.014, X5 0.000, X6 0.012, dan X7 0.001. Dengan demikian, semua variabel X1 hingga X7 memenuhi kriteria validitas yang ditetapkan.

(b) Efisiensi Pembelian (Y)

Variabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
Y1	0,838	Valid
Y2	0,603	Valid
Y3	0,612	Valid
Y4	0,500	Valid
Y5	0,296	Valid
Y6	0,603	Valid

Seluruh pernyataan pada variabel Y dapat dikatakan valid karena memiliki nilai signifikansi kurang dari 0.05, kecuali untuk variabel Y5. Nilai signifikansi untuk Y1 adalah 0.000, Y2 0.005, Y3 0.004, Y4 0.025, Y5 0.205, dan Y6 0.005. Semua variabel Y1, Y2, Y3, Y4, dan Y6 memenuhi kriteria validitas, sementara Y5 tidak memenuhi kriteria tersebut.

Uji Reliabilitas

(1) Pengelolaan Persediaan (X)

Tabel 4. 1 Uji Reliabilitas Pengelolaan Persediaan (X)

Statistik Reliabilitas Variabel Pengelolaan Persediaan	
Cronbach's Alpha	0.775
Jumlah Pernyataan	Item 7

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2024

Hasil uji reliabilitas variabel X ditunjukkan pada tabel di atas. Reliabilitas instrumen variabel X ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,775 x 0,6. Jika responden dianggap reliabel, artinya jawaban mereka terhadap pernyataan dalam variabel X telah stabil atau konstan dari waktu ke waktu.

(2) Efisiensi Pembelian (Y)

Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas Efisiensi Pembelian (Y)

Statistik Reliabilitas Variabel Efisiensi Pembelian	
Cronbach's Alpha	0.689
Jumlah Pernyataan	Item 6

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2024

Hasil uji reliabilitas untuk variabel Y ditunjukkan pada tabel di atas. Dengan Cronbach's Alpha sebesar $0,802 \times 0,6$, instrumen variabel Y dianggap dapat dipercaya. Jika responden dapat diandalkan, artinya jawaban mereka terhadap pernyataan dalam variabel Y telah stabil atau konstan dari waktu ke waktu.

Uji Normalitas

Tabel 4. 3 Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov	
Sig. (2-tailed)	0.200

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2024

Nilai signifikansi yang tepat (2-tailed) adalah $0,200 > 0,05$ berdasarkan tabel di atas dan temuan uji Kolmogorov-Smirnov. Dari input variabel independen, manajemen inventaris, model regresi dapat digunakan untuk memperkirakan variabel dependen, efisiensi pembelian, berdasarkan data dalam penelitian ini, yang mungkin menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Dengan

demikian, informasi tersebut sesuai untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji Penentuan Model Ringkasan	
R	0.466
R Square	0.217
Adjusted R square	0.174
Std. Error of the Estimate	1.998

Sumber: Hasil Perolehan Data SPSS, 2024

Nilai R square adalah 0,466 (46,6%) menurut tabel hasil Uji Penentuan Model Ringkasan di atas. Hal ini menunjukkan, dengan penggunaan model regresi, bahwa 46,6% dari variabel dependen, efisiensi pembelian, dipengaruhi oleh variabel independen, manajemen inventaris, dan sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lain.

Uji T

H_1 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara pengelolaan persediaan terhadap efisiensi pembelian.

(a) Pengelolaan Persediaan (X)

Tabel 4. 4 Uji t

Variabel X terhadap Y	
T hitung	2.236
Sig.	0.038
B	0.439

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2024.

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11.614 + 0,439X$$

Dari rumus di atas terlihat jelas bahwa efisiensi pembelian (Y) dan manajemen inventaris (X) memiliki persamaan regresi. Hubungan fungsional menjadi positif karena b positif; misalnya, peningkatan manajemen inventaris juga akan menghasilkan peningkatan efisiensi pembelian.

Variabel Manajemen Inventaris (X) menghasilkan t-hitung sebesar 2,236 dengan tingkat signifikansi $0,038 < 0,05$ sepanjang perhitungan. Nilai signifikansi variabel X menunjukkan bahwa nilainya kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini menerima H1 dan menolak H0. Hal ini menunjukkan bahwa

efisiensi pembelian dan manajemen inventaris saling dipengaruhi secara signifikan.

Jika pengelolaan persediaan (X) adalah 0/konstan, maka nilai efisiensi pembelian (Y) sebesar 11.614. Intersep/ B_0 / konstanta pada nilai efisiensi pembelian (Y) ketika pengelolaan persediaan (X) = 0, dengan kata lain nilai rata-rata dari efisiensi pembelian (Y) ketika pengelolaan persediaan (X) bernilai 0, terjadi jika pengelolaan persediaan (X) tidak berkontribusi maka nilai efisiensi pembelian (Y) sebesar 11.614.

Sedangkan B_1 mencerminkan sejauh mana efisiensi pembelian (Y) berubah seiring perubahan nilai pengelolaan persediaan (X), nilai B_1 sebesar 0,439 mencerminkan perubahan 1 satuan efisiensi pembelian (Y) diikuti dengan perubahan 1 nilai pengelolaan persediaan (X) sebesar 0,439.

Adjusted R Square

Uji Penentuan Model Ringkasan	
R	0.466
R Square	0.217
Adjusted R square	0.174

Std. Error of the Estimate	1.998
----------------------------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2024.

Seperti yang dapat dilihat dari tabel di atas, nilai Adjusted R Square adalah 0,174. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, manajemen persediaan, dapat menjelaskan 17,4% dari variasi variabel dependen. Selain itu, faktor-faktor tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini menjelaskan 82% dari 100% sisanya.

Dalam tabel 4.13 dipaparkan nilai Std. Error sebesar 1,998, hal ini berarti rata-rata titik data berada disekitar 1,998 unit dari regresi. Sehingga dapat disimpulkan jika perhitungan yang dilakukan peneliti benar, karena semakin kecil nilai Std. Error maka semakin baik mode dalam memprediksi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pengelolaan Persediaan (X) Terhadap Efisiensi Pembelian (Y)

Berdasarkan model regresi, pengelolaan persediaan di PT Ratu Idaman Pratama terbukti berdampak positif terhadap efisiensi

pembelian. Hal ini didukung oleh nilai t variabel pengelolaan persediaan sebesar 2.236, yang lebih tinggi dari persyaratan minimal t tabel sebesar 2.093.

Karena nilai signifikansi penelitian ini adalah 0,038, maka nilai tersebut kurang signifikan dibandingkan kriteria yang ditetapkan sebelumnya sebesar 0,05. Hal ini memperjelas banyaknya informasi yang berkaitan dengan pernyataan bahwa efisiensi pembelian sangat dipengaruhi oleh masalah terkait manajemen inventaris.

Hipotesis (H1) diterima dalam penelitian ini dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Berdasarkan bukti-bukti yang ada, efisiensi pembelian PT Ratu Idaman Pratama dapat ditingkatkan dengan manajemen persediaan yang efektif.

Relevansi dengan Teori

Dengan mengoptimalkan kuantitas pesanan, hilangnya peluang penjualan karena kehabisan stok dapat dihindari (Demizu et al 2023). Teori tersebut menyarankan bahwa pengelolaan persediaan yang efektif dapat menghasilkan efisiensi dalam

proses pembelian. Dengan kata lain, perusahaan yang mampu mengelola persediaan dengan baik akan memiliki dampak positif terhadap efisiensi operasionalnya, dalam hal ini efisiensi pembelian.

Menurut Deveshwar dan Dhawal (2013), manajemen inventaris adalah teknik yang digunakan oleh bisnis untuk mengatur, menyimpan, dan mengisi kembali inventaris guna mempertahankan pasokan yang cukup sekaligus menekan biaya. Temuan yang dilaporkan menunjukkan bahwa penelitian ini juga konsisten dengan gagasan yang mengaitkan manajemen inventaris yang efisien dengan produktivitas yang lebih tinggi, yang dijelaskan dalam teori di atas sebagai cara meminimalkan biaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pengertian efisiensi pembelian, yang mengartikan efisiensi pembelian sebagai kapasitas organisasi untuk memperoleh komoditas atau bahan baku dengan harga dan kuantitas terbaik dengan tetap menjaga ketepatan waktu dan kualitas pengiriman. Perencanaan, koordinasi,

dan pengaturan pembelian diperlukan untuk menjamin bahwa bisnis menerima nilai maksimal dari setiap transaksi. Ini termasuk memeriksa kualitas produk, menegosiasikan harga yang wajar, dan mengelola inventaris secara efisien (Van Weele & Van Raaij 2014). Ini menyiratkan bahwa untuk mencapai efisiensi pembelian di PT Ratu Idaman Pratama, diperlukan manajemen inventaris yang efektif

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terbukti bahwa efisiensi pembelian PT Ratu Idaman Pratama sangat dipengaruhi oleh manajemen persediaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel kualitas penggunaan sebesar 2,236 dan signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan efisiensi pembelian dapat dilakukan dengan sistem manajemen persediaan yang diterapkan oleh PT Ratu Idaman Pratama.

Nilai R square adalah 0,466 (46,6%) menurut tabel hasil Uji Penentuan Model

Ringkasan di atas. Hal ini menunjukkan, dengan penggunaan model regresi, bahwa 46,6% dari variabel dependen, efisiensi pembelian, dipengaruhi oleh variabel independen, manajemen inventaris, dan sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lain. Seperti yang dapat dilihat, 0,174 adalah nilai R Square yang disesuaikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, manajemen inventaris, dapat menjelaskan 17,4% dari variasi dalam variabel dependen. Selain itu, faktor-faktor tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini menjelaskan 82% dari 100% sisanya.

Dengan demikian, hasil analisis tersebut memberikan bukti empiris yang mendukung teori-teori dan penelitian terdahulu tentang pengelolaan persediaan dan efisiensi pembelian, bahwa pengelolaan persediaan yang baik dapat memberikan manfaat langsung dalam meningkatkan efisiensi pembelian di PT Ratu Idaman Pratama,

SARAN

Berdasarkan penelitian dan hasil yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti dapat memberikan rekomendasi berikut ini:

1. melihat pentingnya pengelolaan persediaan diharapkan pimpinan dan karyawan PT Ratu Idaman Pratama selalu bekerja sama untuk meningkatkan efisiensi pembelian demi tercapainya tujuan PT Ratu Idaman Pratama.
2. Bagi pimpinan dari PT Ratu Idaman Pratama, diharapkan melakukan pelatihan pada para karyawan perihal pengawasan pada departemen pembelian agar tidak terjadi pemborosan baik pada aspek biaya maupun pada tenaga kerja, karena jika dilihat di tabel 4.2 pada jawaban responden untuk variabel efisiensi pembelian pada indikator penghematan penggunaan sumber daya di item pengawasan pada departemen pembelian menunjukkan angka yang paling rendah yaitu pada angka (3,75) sehingga dapat meningkatkan efisiensi pembelian.

3. Faktor terkait tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini diharapkan akan diteliti oleh peneliti di masa mendatang. Hasil Adjusted R Square sebesar 0,174 terlihat jelas dari tabel Adjusted R Square, yang menjelaskan alasannya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, manajemen inventaris, dapat menjelaskan 17,4% dari variasi variabel dependen. Namun, faktor lain menjelaskan 82% sisanya (100% - 17,4%).

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K., & Zabri, S. M. (2016). Inventory management practices among Malaysian micro retailing enterprises. *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(1).
- Bala, P. K. (2012). Improving inventory performance with clustering based demand forecasts. *Journal of Modelling in Management*, 7(1), P 23-37.
- Ballou, R. H., & Srivastava, S. K. (2007). *Business logistics/supply chain management: planning, organizing, and controlling the supply chain*. Pearson Education India.
- Barney, J. B. (2012). Purchasing, supply chain management and sustained competitive advantage: The relevance of resource-based theory. *Journal of supply chain management*, 48(2), P 3-6.
- Beheshti, H. M. (2010). A decision support system for improving performance of inventory management in a supply chain network. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 59(5), P 452-467.
- Capkun, V., Hameri, A. P., & Weiss, L. A. (2009). On the relationship between inventory and financial performance in manufacturing companies. *International Journal of Operations & Production Management*, 29(8), P 789-806.
- Cinnamon, B., & Helweg-Larsen, B. (2010). *How to understand business finance* (Vol. 55). Kogan Page Publishers.
- Demizu, T., Fukazawa, Y., & Morita, H. (2023). Inventory management of new products in retailers using model-based deep reinforcement learning. *Expert Systems with Applications*, 229.
- Deveshwar, A., & Dhawal, M. (2013). Inventory management delivering profits through stock management. *World Trade Centre, Dubai: Ram University of Science and Technology*, 2.
- Didin Fatihudin, S. E. (2015). *Metode penelitian: Untuk ilmu ekonomi*,

- manajemen, dan akuntansi.*
Zifatama Jawara. Sidoarjo.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: sustainability and supply chain management*. Pearson.
- Iriani, A. S., & Ardi, M. (2020). Penerapan Manajemen Persediaan Dalam Mengantisipasi Kerugian Barang Dagangan Di Toko Mega Jilbab. *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), P 57-68.
- Iriani, A. S., & Ardi, M. (2020). Penerapan Manajemen Persediaan Dalam Mengantisipasi Kerugian Barang Dagangan Di Toko Mega Jilbab. *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), P 57-68.
- Izzuddin, A. F., & Donoriyanto, D. S. (2023). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Serbuk Warna dengan Pendekatan Periodic Review Joint Replenishment untuk Sistem Persediaan Stokastik di PT XYZ. *Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro dan Informatika*, 2(4), P 183-197.
- Karamoy, W. Y., Jan, A. B., & Karuntu, M. M. (2022). Analisis Persediaan Bahan Baku Pada Moy Restaurant Tonsaru Tondano di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), P 510-517.
- Koumanakos, D. P. (2008). The effect of inventory management on firm performance. *International journal of productivity and performance management*, 57(5), P 355-369.
- Listiani, A., & Wahyuningsih, S. (2019). Analisis Pengelolaan Persediaan Barang Dagang Untuk Mengoptimalkan Laba. *STIE Kesuma Negara Blitar*, 4 (1), P 97-103.
- Martono, R. (2018). *Manajemen Logistik*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Muttaqi, A. M., Fitriadi, B. W., & Yusnita, R. T. (2022). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu Dengan Metode Eoq (Economic Order Quantity): Studi Kasus di Qini Bakery Idrisiyyah Rajapolah. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(4), P 455-460.
- Priharto Sugi. (2020). *Manajemen Strategis: Pengertian, Tujuan, Proses, dan Manfaatnya Dalam Bisnis*.
<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-manajemen-strategis/>
- Rajeev, N. (2008). Inventory management in small and medium enterprises: A study of machine tool enterprises in Bangalore. *Management Research News*, 31(9), P 659-669.

- Saha, P., Gudheniya, N., Mitra, R., Das, D., Narayana, S., & Tiwari, M. K. (2022). Demand forecasting of a multinational retail company using deep learning frameworks. *IFAC-PapersOnLine*, 55(10), P 395-399.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Buku 1, Salemba empat. Jakarta.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for business* (1st ed.). Sekaran, U. (2011). *Research Methods for business* (1st ed.). Afabeta. Jakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business United Kingdom*: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Singh, J. P., & Pandey, S. (2008). Impact of Working Capital Management in the Profitability of Hindalco Industries Limited. *ICFAI journal of financial Economics*, 6(4).
- Stephanie, K. M. (2002). *Desain penelitian manajemen strategik*.
- Stoner, Manajemen, 2010. Edisi Bahasa Indonesia, PT.Prenhallindo, Jakarta
- Sugiyono, P. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Syam, S. (2020). Pengaruh Efektifitas Dan Efisiensi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Banggae Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 4(2), P 128-152.
- Taufiq, A. (2014). Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Metode Economic Order Quantity (EOQ) pada Salsa Bakery Jepara. *Management Analysis Journal*, 3(1).
- Van Weele, A. J., & Van Raaij, E. M. (2014). The future of purchasing and supply management research: About relevance and rigor. *Journal of Supply Chain Management*, 50(1),
- Yunus, R. (2017). Analisis Peranan Penilaian Persediaan Barang Dagang terhadap Laba pada PT. Fajar Lestari Abadi Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), P 79-88.

IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI DI STIA MALANG

Tri Marhaeni Widiastuti¹, Dadang Kristanto², Farah Adiba³

^{1,3} Prodi Administrasi Bisnis

² Fakultas Ilmu Administrasi

^{1,3} Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Malang

² Universitas Islam Malang

email : tmmarhaeni@gmail.com, dadang.krisdianto@unisma.ac.id, fararifki46@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the promotional mix implemented by STIA Malang in facing intense competition among universities in East Java. Using a descriptive qualitative approach, data was obtained through in-depth interviews and direct observation of campus promotional activities. STIA Malang utilizes various promotional media such as brochures, banners, billboards, radio advertisements, social media (Instagram and TikTok), as well as direct marketing via SMS and WhatsApp blasts, and school visits. The results indicate that the combination of conventional and digital media can increase campus visibility and attract prospective new students. These findings are reinforced by the application of the marketing mix theory (4Ps) and the promotional mix as a conceptual framework. This study recommends increasing the integration of digital marketing for optimal promotional effectiveness.

Keywords: promotional mix, STIA Malang, marketing mix, digital marketing, higher education

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran promosi yang diterapkan oleh STIA Malang dalam menghadapi persaingan yang ketat antar perguruan tinggi di Jawa Timur. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap aktivitas promosi kampus. STIA Malang memanfaatkan berbagai media promosi seperti, brosur banner, baliho, spanduk, iklan radio, media sosial (Instagram dan TikTok), serta pemasaran langsung melalui SMS dan WhatsApp blast serta kunjungan ke Sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi media konvensional dan digital mampu meningkatkan visibilitas kampus dan menarik minat calon mahasiswa baru. Temuan ini diperkuat oleh penerapan teori bauran pemasaran (4P) dan bauran promosi (promotion mix) sebagai kerangka konseptual. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan integrasi digital marketing untuk efektivitas promosi yang lebih optimal.

Kata kunci: bauran promosi, STIA Malang, marketing mix, digital marketing, perguruan tinggi

PENDAHULUAN

Industri pendidikan tinggi di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan, tercermin dari banyaknya perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta. Provinsi Jawa Timur tercatat memiliki 344 perguruan tinggi, dan Kota Malang menjadi salah satu kota pendidikan utama dengan 51 Perguruan Tinggi dalam hal ini menandakan tingkat persaingan yang sangat tinggi, terutama dalam perekrutan mahasiswa baru. Menurut data SNBP 2024, Jawa Timur mencatatkan 24.423 siswa diterima PTN, dan pada tahun 2025 meningkat menjadi 27.994 siswa. Namun, jumlah tersebut belum mencakup seluruh lulusan SMA/ sederajat, sehingga sebagian besar siswa harus mempertimbangkan perguruan tinggi negeri dan PTS besar lainnya.

Tingginya jumlah institusi Pendidikan Tinggi ini memicu tingkat persaingan yang sangat ketat dalam usaha menarik mahasiswa baru. Lembaga pendidikan, khususnya swasta seperti STIA Malang, perlu menyusun strategi pemasaran yang komprehensif untuk tetap mampu menarik perhatian calon mahasiswa di tengah dominasi perguruan tinggi negeri dan PTS besar lainnya.

Pada kondisi persaingan yang tinggi strategi promosi menjadi sangat vital untuk menyampaikan keberadaan dan mengenalkan program studi yang di

institusi pendidikan tinggi (3 negeri dan 48 swasta), sehingga dapat dikatakan Kota Malang menempati urutan terbanyak kedua ditinjau dari jumlah perguruan tinggi di wilayahnya setelah kota Surabaya, dikutip (jatimnetwork.com+manadopost.jawapos.com

tawarkan di perguruan tinggi. Strategi tersebut harus mampu menjangkau calon mahasiswa dari berbagai kalangan dan menyesuaikan dengan perubahan perilaku konsumen, terutama generasi Z yang lebih responsif terhadap media digital.

Kotler dan Armstrong tahun (2018) menjelaskan bahwa keberhasilan pemasaran dipengaruhi oleh empat komponen utama yang disebut bauran pemasaran (marketing mix): produk, harga, tempat, dan promosi. Fokus penelitian ini adalah elemen promosi, yang oleh Kotler & Keller (2016) dirinci lagi ke dalam bauran promosi : advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan direct marketing.

TINJAUAN PUSTAKA

Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran pemasaran adalah merupakan unsur dari manajemen pemasaran yang berada dibawah kendali maupun koordinasi organisasi bisnis pada pasar sasarannya (Arief, 2006 dalam Widiastuti,

et al,2025). Sedangkan Kotler & Armstrong (2018) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai kombinasi dari empat strategi yang terdiri dari :

Product: Penawaran nilai kepada konsumen dalam bentuk barang atau jasa.

Price: Strategi penetapan harga yang sesuai dengan nilai persepsi konsumen.

Place: Distribusi layanan atau informasi agar mudah dijangkau oleh konsumen.

Promotion: Strategi komunikasi untuk memperkenalkan dan membujuk konsumen.

Bauran Promosi (Promotion Mix)

Kotler and Keller (2016), menyatakan bahwa bauran promosi meliputi:

- Advertising: yaitu media berbayar seperti iklan cetak dan elektronik.
- Sales Promotion: Insentif jangka pendek (diskon, potongan biaya pendaftaran).
- Public Relations: Citra yang dibentuk melalui kegiatan institusional.
- Personal Selling: Kontak langsung yang persuasif.
- Direct Marketing: Pesan personal via media seperti email, WA, atau SMS.

Promosi Digital

Chaffey & Ellis-Chadwick (2019) menekankan pentingnya promosi digital di era internet. Media sosial, seperti Instagram dan TikTok, memungkinkan interaksi dua arah,

visualisasi dinamis, dan segmentasi audiens. Lee et al. (2020) menemukan bahwa media digital sangat efektif dalam menarik minat generasi muda.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pelaksanaan strategi promosi STIA Malang secara mendalam.

Subjek dan Objek Penelitian

- Subjek: Tim promosi STIA Malang (3 orang).
- Objek: Aktivitas promosi STIA Malang (media yang digunakan, pesan, strategi).

Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara: Dengan staf promosi.
- Observasi: Media promosi yang terlihat langsung.
- Dokumentasi: Brosur, baliho, konten IG/TikTok, tangkapan layar WA/SMS blast.

Analisis Data

Analisis data kualitatif dengan menggunakan model Miles & Huberman (2014), dengan tahapan: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Hasil wawancara dengan staff marketing STIA Malang menunjukkan bahwa media promosi yang digunakan meliputi media promosi konvensional maupun digital, dengan alasan agar dapat menjangkau semua kalangan dimana saja, baik yang berada di daerah Malang dan sekitarnya maupun di luar Jawa Timur, dengan kata lain digunakannya media digital dalam upaya memperluas jangkauan promosi, serta menarik minat generasi Z yang lebih menyukai pencarian informasi secara online. Dampak dengan adanya penggunaan digital sebagai media promosi adalah asal mahasiswa STIA Malang tidak hanya berasal dari Jawa Timur saja, tetapi juga meluas sampai ke wilayah Nusa Tenggara Timur, dan Papua.

Media Promosi Konvensional

- Banner dan Spanduk: Dipasang di titik strategis seperti perempatan jalan dan sekolah. Efektif menjangkau masyarakat sekita, dimana untuk wilayah Kabupaten Malang meliputi : Pujon, Lawang di dekat RS Lawang Medika, Pasar Karangploso, Singosari, Exit tol Lawang, Raya Sengkaling, Tumpang, Turen, Pakisaji, Bululawang, Kebonagung, Kepanjen, Gondang Legi, Dampit Karangates, Exit Tol Pakis. Sedangkan untuk Kota Malang meliputi : Jl. Raya Sulfat, Jl. MT

Haryono, Sukun, Blimbing, Jl Soekarno Hatta, Jl. Satsuit Tubun Gadang

- Baliho: Digunakan menjelang masa pendaftaran. Menarik perhatian pengguna jalan, ditaruh di pintu gerbang masuk STIA Malang
- Iklan Radio: Ditayangkan di radio lokal yaitu City Guide, yang penayangannya pada saat jam puncak. Ditujukan untuk menjangkau orang tua dan masyarakat luas.
- Penyebaran brosur (flyering) atau bagi-bagi brosur ke masyarakat di tempat-tempat yang banyak dikunjungi masyarakat seperti Car free day, Pasar, Kayoetangan, kunjungan ke Sekolah-Sekolah di Kota Malang dan Kabupaten Malang
- Pameran Pendidikan yang di selenggarakan oleh Kota/Kabupaten di Jawa Timur

Media Promosi Digital

Secara garis besar bahwa STIA Malang telah menggunakan produk digital dari perusahaan penyedia layanan digital yaitu :

- ✓ Telkomsel dengan platform MyAds yaitu dengan medianya dalam bentuk SMS blast (broad cast) sasarannya adalah pemakai jasa Telkomsel, serta Telkomsel bersama Meta yang wujudnya adalah WA Blast
- ✓ Meta merupakan perusahaan yang menyediakan platform media iklan digital yang dapat dipakai untuk

memuat, mengelola serta menelusur iklan di jaringan meta yang meliputi :

- Instagram: Digunakan untuk publikasi informasi akademik, kegiatan mahasiswa, dan pendaftaran. Engagement tinggi dengan reels dan story.
 - Face book STIA Malang
 - Real Vidio
 - WhatsApp
- ✓ TikTok: dengan Tiktok Ads merupakan Konten edukatif dan promosi ringan (#STIAMalangChallenge). Menarik minat generasi Z.
- ✓ Google dengan Google Ads yang wujudnya dalam bentuk Youtube, short video, email serta dashboard, namun pada tahun 2025 tidak lagi menggunakan produk digital dari google dan tiktok dengan alasan biayanya lebih mahal.

PEMBAHASAN

Berdasarkan Bauran Pemasaran

Kegiatan pemasaran yang dilakukan STIA Malang bila dihubungkan dengan teori Bauran Pemasaran (4 P) dari Kotler dan Amstrong maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Product: bahwa STIA Malang menawarkan Program Studi yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja baik di sektor pemerintahan, swasta, dunia usaha, maupun layanan kesehatan (Rumah Sakit,

Puskesmas atau layanan Kesehatan yang lain), dimana wujud produk jasa yang ditawarkan adalah Program Studi : Ilmu Administrasi (jenjang strata 2); Administrasi Bisnis dan Administrasi Publik untuk jenjang strata 1, dan Rekam Medis dan Informasi Kesehatan untuk jenjang Diploma 3

- Price: Biaya kuliah kompetitif atau terjangkau, tersedia beasiswa, dan skema cicilan.
- Place: Lokasi kampus strategis, dengan informasi yang mudah diakses online.
- Promotion: Fokus utama dengan bauran promosi konvensional dan digital.

Berdasarkan Bauran Promosi

Kegiatan promosi yang telah dilaksanakan STIA Malang bila dikaitkan dengan teori bauran promosi dari Kotler and Keller (2016) dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Advertising: dalam bentuk Banner, baliho, brosur dan radio masih efektif secara lokal.
- Sales Promotion: Potongan biaya Uang Kuliah Tunggal dilakukan secara periodic, 50% berlaku sampai dengan lulus
- Public Relations: Pemberitaan event kampus di media sosial membangun citra positif.

- Personal Selling: Dilakukan saat kunjungan ke sekolah dan pameran pendidikan.
- Direct Marketing: WhatsApp & SMS, Facebook digunakan untuk kontak personal.
- WOM (Word of Mouth) atau komunikasi mulut ke mulut yang dikemas melalui program SGS (Student get Student) dan AGS (Alumni Get Student) yang mana bila mahasiswa maupun alumni merekomendasikan calon mahasiswa sampai dengan daftar ulang maka mereka akan memperoleh fee

Perbandingan Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini mendukung temuan dari hasil penelitian dari :

- Lee et al. (2020) tentang efektivitas TikTok dan IG pada generasi muda.
- Zahay et al. (2011) tentang pentingnya personalisasi dalam direct marketing.
- Fitriani (2021) bahwa PTS di Jawa Timur mengalami peningkatan pendaftar melalui promosi digital aktif.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan:

STIA Malang telah menerapkan strategi bauran promosi yang seimbang antara media konvensional dan digital. Implementasi ini mendukung upaya institusi dalam menjangkau berbagai segmen calon mahasiswa, terutama

generasi muda yang aktif di media sosial.

Rekomendasi:

1. Menambah porsi promosi berbayar (ads) di media digital.
2. Meningkatkan kualitas konten di IG & TikTok.
3. Memperluas penggunaan direct marketing berbasis data.
4. Melakukan evaluasi performa promosi secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice*. Pearson.
- Fitriani, A. (2021). "Peran media digital dalam peningkatan pendaftaran mahasiswa di perguruan tinggi swasta Jawa Timur." *Jurnal Pendidikan Tinggi*, 8(2), 85–102.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Lee, J., Kim, S., & Park, J. (2020). "Effectiveness of social media marketing: Focused on millennials and Generation Z." *Journal of Marketing Trends*, 45(2), 123–140.

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE.
- Smith, R. (2015). "Billboard advertising and brand recall." *Journal of Advertising Research*, 55(4), 390-401.
- Zahay, D., Griffin, A., & Banerjee, S. (2011). "Analyzing marketing strategy performance on social media." *International Journal of Business & Social Science*, 2(22), 48-58.
- BPS Provinsi Jawa Timur. (2024). *Statistik Pendidikan Jawa Timur 2024*. BPS Jawa Timur.
- Widiastuti, Tri Marhaeni, Kumalasari, K. , Andriani, Riza,(2025). Marketing Mix Strategy of Services and Its Influence on Patient Decisions in Choosing a Hospital, *International Journal of Entrepreneurship and Business Development* 08 (1) 169-176
- TIMES Indonesia. (2024). "4 Perguruan Tinggi Negeri Terfavorit di Kota Malang Tahun 2024."
- Dindik Jatim. (2025). "27994 Siswa Jatim Lolos SNBP 2025." dindik.jatimprov.go.id
- Kompas. (2024). "26 Kampus Unggulan di Jawa Timur." *Kompas.com*