

**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
CALL FOR PAPERS**

***BOUNCE BACK
STRONGER***

**Strategi Resiliensi Sektor
UMKM di Masa Pandemi**

ISBN : 978-623-95189-0-5

24 Oktober 2020

Co Host



**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS
FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI)
KORWIL D.I. YOGYAKARTA**

TEMA

**“Bounce Back Stronger: Strategi Resiliensi Sektor
UMKM di Masa Pandemi”**

F M I

**FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA**

24 OKTOBER 2020

**FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KORWIL D.I. YOGYAKARTA**

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPERS
Bounce Back Stronger : Strategi Resiliensi Sektor UMKM di Masa Pandemi
Host by FMI Korwil D.I.Yogyakarta

Dewan Pengarah:

1. Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, M.M.
2. Prof. Dr. Tri Gunarsih, M.M.
3. Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si.
4. Dr. Sutrisno, M.M.
5. Dr. Heru Tri Sutiono, S.E., M.Si.

Penanggung Jawab:

Dr. Aftoni Sutanto, S.E., M.Si.

Ketua Pelaksana:

Dr. Lukas Purwoto, M.Si

Sekretaris:

1. Dra. Shita Lusi Wardhani, M.Si
2. Diaz Haryokusumo, S.E., M.Sc.

Administrasi dan Umum:

1. Debora Wintriarsi Handoko, S.E., M.M., M.Sc.
2. Nuning Kristiani, S.E., M.M.

Editor

Dr. Sutrisno, M.M.	Universitas Islam Indonesia
Dr. Abdul Moin, MBA.	Universitas Islam Indonesia
M. Ali Fikri, S.E.,M.Sc.	Universitas Ahmad Dahlan
Dr. Lukas Purwoto, M.Si	Universitas Sanata Dharma
Dra. Shita Lusi Wardhani, M.Si	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Diaz Haryokusumo, S.E., M.Sc.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Bagus Gumelar, S.E., M.M	Universitas Ahmad Dahlan
Siti Nurdiah, S.E., M.Si.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mitra Indonesia
Nuning Kristiani, S.E., M.M.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Bambang Setia Wibowo, S.E., M.M.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Bianka Andriyani, S.E, M.M.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Debora Wintriarsi Handoko, S.E., M.M., M.Sc.	Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Penerbit

Forum Manajemen Indonesia
 Koordinator Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta
 STIE YKPN YOGYAKARTA
 JLN. SETURAN RAYA
 YOGYAKARTA

Komite Reviewer

Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahyono, M.M.	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Prof. Dr. Tri Gunarsih, M.M.	Universitas Teknologi Yogyakarta
Prof. Dr. Sheellyana Junaedi, M.Si.	Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Dr. Arif Hartono, M.Ec	Universitas Islam Indonesia
Dr. Arif Hartono, MHRM.	Universitas Islam Indonesia
Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si.	Universitas Islam Indonesia
Dr. Abdul Moin, MBA.	Universitas Islam Indonesia
Dr. Rudy Badrudin, M.Si.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Nikodemus H. Setiadi Wijaya, Ph.D.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Dr. Wisnu Prajogo, MBA.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Dr. Aftoni Sutanto, M.Si.	Universitas Ahmad Dahlan
Dr. Fitroh Adhilla, M.Si.	Universitas Ahmad Dahlan
Dr. Setiyono, M.Si.	Universitas Teknologi Yogyakarta
Dr. Lukas Purwoto, M.Si.	Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
Dr. Suparmono, M.Si.	Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Dr. Jumadi, M.Si.	Universitas Widya Mataram
Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Dr. Perminas Pangeran, M.Si.	Universitas Kristen Duta Wacana
Dr. Heru Tri Sutiono, S.E.,M.Si.	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta
Hendy Mustiko Aji, MSc.	Universitas Islam Indonesia
Istyakara Muslikhah, M.Sc.	Universitas Islam Indonesia

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
 KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR KETUA FMI KORWIL D.I.YOGYAKARTA



Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya sehingga rangkaian kegiatan webinar yang dilanjutkan dengan *call for paper* dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Kegiatan webinar ini mengangkat tema "*Bounce Back Stronger: Strategi Resiliensi Sektor UMKM di Masa Pandemi*". Pemilihan tema ini sangat tepat untuk merespon kondisi yang sedang berlangsung dan tidak menguntungkan, yaitu pandemi Corona Virus Disease (COVID-19) yang berdampak bagi perekonomian mulai dari perorangan, rumah tangga, usaha mikro kecil menengah, bahkan sampai ekonomi negara baik nasional maupun internasional. Bahkan ada beberapa pelaku bisnis dan UMKM lainnya mengalami penurunan omset yang luar biasa.

Rangkaian kegiatan ini diselenggarakan oleh Forum Manajemen Indonesia (FMI) Koordinator Wilayah (Korwil) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) bekerjasama dengan beberapa perguruan tinggi yang berlokasi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, kegiatan ini didukung oleh beberapa pihak untuk saling bergandengan tangan bersatu bahu membahu untuk mencari solusi jalan keluar dari musibah yang sedang dihadapi para pelaku UMKM. Kegiatan ini merupakan media yang sangat baik untuk sharing ilmu pengetahuan, informasi, dan hasil penelitian yang dikirim oleh para peneliti dari berbagai institusi perguruan tinggi di seluruh Indonesia. Berdasarkan hasil review dan seleksi yang cukup intensif, kami menyatakan penerimaan artikel yang terpilih, sekaligus kami menyampaikan apresiasi yang luar biasa atas partisipasinya.

Kami mengucapkan banyak terimakasih kepada segenap penitia yang sudah mempersiapkan rangkaian kegiatan ini mulai dari awal perencanaan, pelaksanaan sampai akhir. Selanjutnya kami juga menghaturkan banyak terima kasih kepada ketua FMI pusat dan kepala LLDikti wilayah V atas dukungannya sehingga acara ini dapat terlaksana dengan baik. Tidak lupa juga kami juga mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh nara sumber dari DPD Organda DIY, Dinas Koperasi UKM DIY dan Bank Indonesia Provinsi DIY semoga materi yang sudah disampaikan bermanfaat untuk seluruh peserta. Kemudian ucapan terima kasih kami tujukan kepada seluruh peserta webinar dan *call for paper* yang telah mengikuti dan berperan aktif dalam kegiatan ini. Semoga rangkaian kegiatan ini dapat berkontribusi dalam memberikan solusi kepada UMKM dalam menghadapi musibah pandemi Covid 19.

Yogyakarta, 24 Oktober 2020
Ketua FMI Korwil D.I.Yogyakarta

Dr. Aftoni Sutanto, M.Si

KATA PENGANTAR KETUA PENGURUS PUSAT FORUM MANAJEMEN INDONESIA



Webinar dan Call for Papers FMI Korwil Yogyakarta 2020 ini merupakan penegasan atas komitmen FMI bersama Pengurus Korwil dalam memfasilitasi pertukaran ide serta kolaborasi antara akademisi dan peneliti manajemen, untuk bekerjasama mendekonstruksi tantangan-tantangan manajemen.

Pada tahun 2020 ini, FMI Korwil Yogyakarta menyelenggarakan webinar dan call for papers dengan tema "Bounce Back Stronger: Strategi Resiliensi Sektor UMKM di Masa Pandemi". Panitia telah menerima beragam karya ilmiah dari perwakilan universitas-universitas di seluruh Indonesia. Artikel tersebut dipresentasikan pada sesi call for papers secara virtual, yang terbagi pada beberapa konsentrasi riset manajemen yaitu: Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Operasional, Manajemen Strategik dan Kewirausahaan.

Apresiasi dan terima kasih saya sampaikan kepada Tim Panitia dari FMI Korwil Yogyakarta yang telah mempersiapkan segala sesuatunya dengan baik sehingga aktivitas Webinar dan Call for Papers FMI Korwil Yogyakarta 2020 ini bisa berjalan dengan sukses.

Harapan saya semoga kekompakan kita dalam mengembangkan keilmuan dan praktik manajemen akan semakin menguat di masa mendatang, sehingga bisa beradaptasi menghadapi beragam gelombang perubahan.

Salam,

Sri Gunawan, DBA.
Ketua - Pengurus Pusat
Forum Manajemen Indonesia

RINGKASAN EKSEKUTIF

Forum Manajemen Indonesia (FMI) Koordinator Wilayah D.I. Yogyakarta (FMI Korwil DIY), adalah forum pertemuan dan komunikasi dosen Manajemen Perguruan Tinggi di Wilayah D.I Yogyakarta, baik perguruan tinggi negeri maupun swasta. Kegiatan dan program kerja FMI Korwil DIY termasuk didalamnya aktivitas *knowledge sharing*, pertukaran informasi, serta pengetahuan terkini baik untuk kepentingan manajerial pengelolaan institusi, perumusan kurikulum dan silabi, maupun pengembangan keilmuan.

Pada tahun 2020, tepatnya pada hari Sabtu tanggal 24 Oktober, FMI Korwil DIY untuk pertama kalinya menyelenggarakan Seminar Nasional dan *Call for Paper* dengan mengangkat tema "**Bounce Back Stronger: Strategi Resiliensi Sektor UMKM di Masa Pandemi**". Inisiasi kegiatan ini tidak lepas dari beberapa latar belakang yang dijadikan landasan. Faktor utama adalah kepedulian dan peran aktif FMI Korwil DIY dalam menghidupkan iklim akademis dan memberikan kontribusi praktis di bidang manajemen, khususnya ditengah cobaan pandemi COVID-19. Lebih khusus, dunia bisnis di Indonesia yang didominasi oleh sektor UMKM sebagai salah satu sektor yang merasakan dampak terbesar dari adanya pandemi.

Pandemi Corona Virus Disease (COVID-19) memberikan dampak yang cukup besar bagi perekonomian mulai dari perorangan, rumah tangga, usaha mikro kecil menengah, bahkan sampai ekonomi negara baik nasional maupun internasional. Dampak lainnya yaitu pengurangan beberapa aktivitas bisnis seperti pada pusat-pusat perdagangan, kegiatan pendidikan, pariwisata, perhotelan, transportasi dan beragam aktivitas bisnis lainnya (Taufik dan Ayuningtyas, 2020). Para pelaku UMKM sangat merasakan dampaknya sehingga mengalami penurunan omset yang luar biasa. Survey yang dilakukan oleh MicroMentor Indonesia terhadap 250 pengguna UMKM, tercatat bahwa 67% pendapatan UMKM menurun, 10% UMKM kesulitan memperoleh bahan baku, dan 5% UMKM mengalami ketidakstabilan cash-flow (MicroMentor, 2020). Fenomena di atas harus segera dicarikan pemecahan solusi jalan keluar dari musibah yang sedang dihadapi bersama. Semua pihak harus saling bergandengan tangan bersatu bahu membahu untuk membantu para pelaku UMKM yang sedang menghadapi kesulitan yang luar biasa.

FMI Korwil DIY dalam penyelenggaraan Seminar Nasional dan *Call for Paper* bekerjasama dan bersinergi dengan 10 perguruan tinggi di wilayah Yogyakarta sebagai *co-host*. Peserta yang mendaftarkan diri untuk mengikuti seminar nasional maupun *call for paper* berasal lebih dari 25 Perguruan Tinggi yang tersebar di seluruh Indonesia.

Rangkaian kegiatan dimulai dengan seminar nasional secara daring melalui aplikasi ZOOM (webinar) mengangkat tema "**Bounce Back Stronger: Strategi Resiliensi Sektor UMKM di Masa Pandemi**". Jajaran narasumber berasal dari berbagai latar belakang institusi dan bidang keahlian, yang juga memiliki penekanan topik yang beragam. Pembicara pertama adalah Ibu Andi Adityaning Palupi (Asisten Direktur Perwakilan Bank Indonesia Provinsi D.I. Yogyakarta) dengan topik "PENGEMBANGAN UMKM OLEH BANK INDONESIA". Pembicara kedua adalah Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY, Ibu Ir. Srie Nurkyatsiwi, MMA. yang membawakan materi "STRATEGI PENANGANAN DAMPAK COVID-19 PADA KUKM DI WILAYAH DIY". Pembicara ketiga adalah Bapak V. Hantoro, S.T. selaku Ketua DPD ORGANDA DIY yang membawakan materi "KETAHANAN USAHA TRANSPORTASI MENGHADAPI PANDEMI COVID-19". Acara

dilanjutkan dengan *parallel sessions call for paper* yang terdiri dari 128 presenter dengan enam topik, yakni, Manajemen Keuangan (37), Manajemen Pemasaran (34), Manajemen Sumber Daya Manusia (37), Manajemen Operasi (6), Manajemen Strategik (3), dan Kewirausahaan (11). Terakhir, acara ditutup dengan pengumuman *best paper* untuk masing-masing bidang.

No.	Nama Co-host
1	Jurusan Manajemen FBE Universitas Islam Indonesia
2	STIE YKPN Yogyakarta
3	Program Studi Manajemen FB Universitas Kristen Duta Wacana
4	Program Studi Manajemen FBE Universitas Atma Jaya Yogyakarta
5	Program Studi Manajemen FE Universitas Kristen Immanuel
6	Program Studi Manajemen FE Universitas Sanata Dharma
7	Program Studi Manajemen FE Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
8	Program Studi Magister Manajemen FEB Universitas Ahmad Dahlan
9	STIE Widya Wiwaha Yogyakarta
10	STIM YKPN Yogyakarta



DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
CO-HOST	ii
HALAMAN JUDUL	iii
PROSIDING ABSTRAK	iv
KOMITE REVIEWER	v
KATA PENGANTAR KETUA FMI KORWIL D.I.YOGYAKARTA	vi
KATA PENGANTAR KETUA PENGURUS PUSAT FORUM MANAJEMEN INDONESIA ..	vii
RINGKASAN EKSEKUTIF	viii
DAFTAR ISI	x
TABLE OF CONTENTS	xi

F M M I

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

TABLE OF CONTENTS

Bidang Keuangan

Kebijakan Deviden Perusahaan Sektor Property, Real Estate, dan Konstruksi di Indonesia

Anita Handayani, Ida Sholichatun Nisa Wahyu Rohmawati Ningsih 1

Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban dalam Menilai Kinerja Manajemen PDAM Jayapura

Yaya Sonjaya, Muhdi B. Hi. Ibrahim, Azies Bauw 2

Apakah Kinerja Saham Syariah Lebih Baik Dibandingkan Saham Non-Syariah? studi indeks saham JII dan LQ45 Tahun 2018-2019

Eka Maya Sari, Tri Gunarsih 3

Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak, Pemeriksaan Pajak, Penagihan Pajak, dan Jumlah Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan

Mohammad Aldrin Akbar, Yaya Sondjaya, Victor Pattiasina, Muhammad Adhin 4

Pengaruh Pengetahuan Investasi Persepsi Risiko, Motivasi Investasi dan Kemudahan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham di Pasar Modal pada Generasi Muda

Siti Nurmalia, Tri Gunarsih 5

Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Variabel Moderasi

Mirna Indah Nurlita, Tri Gunarsih 6

Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing To Deposit Ratio (FDR) dan Non Performing Financing (NPF) Terhadap Return on Assets (ROA) (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2015-2019)

Achmad Bahaudin, Moch. Irsad 7

Analisis Pengaruh Variabel Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Pada Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018

Jhoni Gunawan, Tri Gunarsih 8

Analisis Pengaruh ROE, DER, EPS dan Reputasi Underwriter Terhadap Underpricing Saham Perusahaan Yang Melakukan IPO yang Terdaftar di Bei Periode 2016-2018

Nova Apriliana, Ali Sadikin 9

Pengaruh Efisiensi Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar dalam BEI tahun 2013-2017

Ikhwan Ari Susanto, Kartini 10

Analisis Perbandingan Kinerja Reksa Dana Saham Syariah dan Reksa Dana Saham Konvensional yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2016-2018

Nurrizki Karina Dianti, Kartini 11

Strategi dan Kinerja Investasi dalam Aktivitas Perdagangan Investor Asing VS Investor Domestik Johannes Maysan Damanik, Eduardus Tandelilin	12
Pengaruh Tata Kelola Perbankan Terhadap <i>Cash Holding</i> dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Umi Murtini	13
Analisis Kinerja Reksadana Syariah Menggunakan Metode Jensen Alpha Amelia Achmad Tarmum, Renea Shinta Aminda, Immas Nurhayati	14
Pengaruh Inflasi, Kurs Valuta Asing Dan Harga Minyak Dunia Terhadap Pendapatan Ekspor Fitri Anjarwati, Titing Suharti, Immas Nurhayati	15
Pengaruh Fluktuasi <i>Benchmark Indeks</i> dan Nilai Beta Terhadap <i>Return Exchange Traded Funds</i> Zulfan Fadillah, Renea Shinta Aminda, Diah Yudhawati	16
Implementasi Standar Satuan Biaya Operasional Perguruan Tinggi Negeri X Renea Shinta Aminda, Indupurnahayu, Heny Taryani	17
Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Terhadap <i>Return Saham Perbankan Berdasarkan Kelompok Buku Bank</i> Nurfauziah, Sri Mulyati	18
Analisis Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Tiara Cahya Puspita Sudrajat, Nurfauziah	19
Pengujian Model 4 Faktor Carhart di Bursa Efek Indonesia Rega Pratama Putra, Abdur Rafik	20
Kinerja Strategi Kombinasi <i>MACD</i> dan <i>Stochastic Oscillator</i> Pada Pasar Valas Royani Rahman, Abdur Rafik	21
Pengaruh Berita Covid-19 Pada Perusahaan <i>Listing</i> di Bursa Efek Indonesia Mellisa Fitri Andriyani Muzakir	22
Penggunaan Analisis Teknikal <i>Moving Average Convergence Divergence (MACD)</i> dan <i>Chande Momentum Oscillator (CMO)</i> dalam Keputusan Beli-Jual Saham di Pasar Modal Indonesia Anggara Dwicahya Utama, Abdul Moin	23
Pengaruh Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di Indonesia Silvi Indah Lestari, Dwiprptono Agus Harjito	24
Perbandingan Kinerja Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia dengan Metode <i>Risk Based Bank Rating</i> Risma Sylvarani, Dwiprptono Agus Harjito	25

Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Bank Umum Kelompok Usaha) Sri Mulyati, Nurfauziah	26
Analisis Penilaian Saham Menggunakan <i>Capital Asset Pricing Model</i> Avri Sandra Laya Fatimah, Titing Suharti, Diah Yudhawati	27
<i>Leverage, Profitability, Corporate Governance Mecanism and Earning Management: Cases in Manufacturing Company in Indonesia Stock Exchange</i> Novria Prawida, Sutrisno	28
<i>Pengaruh Corporate Governance dan Enterprise Risk Management: Studi Empiris pada Perusahaan Keluarga di Indonesia</i> Pratiwi Ismi Gianti, Sutrisno	29
Perbandingan Kinerja Reksadana dan Kinerja Unit <i>Link</i> Dengan Metode <i>Sharpe</i> Fatimatuzzahroh, Sri Mulyati	30
Variabel Makro Ekonomi Sebagai Anteseden Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018 Sartika Adungka, Salamaton Asakdiyah, Taufik Hidayat	31
Karakteristik- Karakteristik <i>Corporate Governance</i> dan Kinerja Perusahaan Revina Oktavianti, Abdul Moin	32
Struktur Modal, Kepemilikan Tunai, Aktivitas Investasi dan Fleksibilitas Keuangan pada Perusahaan Infrastruktur di Bursa Efek Indonesia Ilham Attamimi Scenda, Sutrisno	33
Analisis Pengaruh <i>Return On Asset, Size</i> dan <i>Current Ratio</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018 Agnes Anggela Eras , Chrisentianus Abdi Saptomo, Agus Prasetyanta	34
Pengaruh <i>Current Asset</i> Dan <i>Sales Revenue</i> Terhadap <i>Earning Before Interest and Tax (EBIT)</i> (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Pariwisata, Hotel dan Restoran yang Terdaftar di BEI Periode 2014 – 2018) Titing Suharti, Anuraga Kusumah	35
Bidang Manajemen Pemasaran	
Pengaruh Kewajaran harga jasa dan Kemudahan sistem pembayaran terhadap Keputusan pembelian Jasa Grab Musjadi Manalu, Ety Istriani	36
Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Ancaman Pandemi Covid-19 Pada Perilaku Pencarian Keberagaman: Sebuah Studi Eksperimen Cynthia Ayu Manggarani	37

Pengaruh Event Marketing (GATF) Terhadap Minat Beli Tiket Pesawat di PT. Garuda Indonesia Branch Office Jayapura dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening Khusnul Khotimah, Yendra, Andri Irawan, M. Irwanto	38
Pengaruh Public Relation, Advertising, dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus Pada PT X Cake and Bakery) Daniel Joel Immanuel Kairupan, Olivia Ayu Yovanda	39
Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen pada Audio Mobil Audiobit Yogyakarta Ferdinan Dwi Atmaja, Murwanto Sigit	40
The Effect of Service Quality, Food Quality, and Price Perception in Fast Food Restaurants Towards Behavior Intentions (Study case KFC in Yogyakarta) Muhammad Nafis Sajid, Murwanto Sigit	41
Generic Strategy pada UMKM Warkop Angkringan Free Wifi di Kabupaten Mojokerto pada Masa Pandemi Covid 19 M.Syamsul Hidayat, Kasnowo, Tatas Ridho Nugroho	42
Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Minat Penggunaan berkelanjutan, Minat Partisipasi, dan Minat Pembelian Produk Rafidha Aliy Rachmani, Budi Astuti	43
Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Tas Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok Dian Novitasari, Leny Muniroh, Achyar Eldine	44
Pengaruh Saluran Distribusi dan Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Tas UMKM Sinta Hajaprila Ferdiana, Lenny Muniroh, Achyar Eldine	45
Mengembangkan Perceived Customer Value Untuk Meningkatkan Niat Beli Pelanggan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ida Bagus Nyoman Udayana, Ambar Lukitaningsih, Ilya Nafilah	46
Preferensi UMKM terhadap Penggunaan Fintech: Pendekatan Hierarchy of Effect Model MG Westri Kekalih Susilowati, Retno Yustini Wahyuningdyah	47
Pengaruh Green Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Modern Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Toko Modern di D.I.Y) Evi Rosalina Widayanti, Mayangsari	48
Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Penggunaan Aplikasi Ojek Online di Yogyakarta Anita Mustikasari, Muhammad Estuaji Maulana, Dyah Kusumaningrum, Maria Axella	49

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online Grab di Yogyakarta Samuel Aritonang, Agustini Dyah Respati	50
Analisis Pengaruh <i>Brand Awareness</i>, <i>Brand Image</i>, serta <i>Tagline</i> pada <i>Purchase Decision</i> Produk Energen (Studi Kasus Mahasiswa di Yogyakarta) Shita Lusi Wardhani, Fanny Lintang Kusuma	51
Tantangan dan Peluang Bisnis di Masa Pandemi Covid-19: Menarik Minat Beli Pelanggan melalui Aplikasi <i>E-commerce</i>, <i>Endorse Selebgram</i> dan <i>Instagram ads</i> Bambang Setia Wibowo	52
Pengaruh Keadilan Pelayanan terhadap Kualitas Hubungan dan Kualitas Layanan pada <i>Loyalitas Pelanggan</i> Muhammad Zafril, Muchsin Muthohar	53
Variabel yang Mempengaruhi Niat Beli Barang Mewah Tiruan di Yogyakarta Rio Angger Wicaksono, Muchsin Muthohar	54
Peran <i>Brand Love</i> dan <i>Brand Commitment</i> Terhadap <i>Loyalitas</i> Pada Industri Batik dan Tekstil Yohan Wismanoro, Heribertus Himawan, Karis Widiyatmoko	55
Anteseden Niat Pembelian Ulang pada <i>Smartphone Apples</i> Shafira Fitri Cahyaning Ratri, Anas Hidayat	56
Faktor yang Mempengaruhi <i>Loyalitas Pelanggan</i> dari Aplikasi <i>Travel Online</i> Gilang Marlinja, Anas Hidayat	57
Analisis Anteseden Nilai Persepsian Produk Virtual Wisata Minat Khusus Penelusuran <i>Museum Bagatti Valsecchi. Milan, Italy.</i> Zunan Setiawan, Taufik Hidayat, Agus Siswanto	58
UMKM Olahan Pangan Hasil Laut Kota Semarang dalam Upaya Adaptif dan <i>Survive</i> di Masa Pandemi Berta Bekti Retnawati, Retnaningsih	59
Strategi Pemanfaatan Media Sosial, dan Harga Online Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Masakan Rumahan Sekitar Tangerang Selatan) Rahayu Lestari, Elwisam	60
Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i>: Apakah Dipengaruhi Oleh Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi dan Persepsi Kemanfaatan ? Nanda Andari Praudy, Dihin Septyanto	61
Apakah <i>Brand Attachment</i> Memediasi Pengaruh <i>Ideal Self Congruence</i> pada <i>Brand Loyalty</i>? Nonik Kusuma Ningrum, Sri Ayem	62

Covid-19 and Typologies of Indonesian Older Consumers in Adapting Their Shopping Behavior and Attitude

Arif Hartono

63

Are You a Panic Buyer? If Yes, Then Who are You? Exploring Indonesian Panic Buyers Typologies In Time Of Covid-19 Pandemic

Arif Hartono, Ratih Kusumawardhani

64

Analisis Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus Pengguna OVO di Yogyakarta)

Nuning Kristiani, Ardian Eka Sulistiana

65

Kualitas Layanan Elektronik dan Electronic Word of Mouth Serta Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen

RR. Siti Muslikhah

66

Kesiapan Koperasi-Koperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Menghadapi Asean Economic Community 2015

Chrisentianus Abdi Saptomo, Agus Prasetyanta

67

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Kuliner Tradisional

Mita Andriani, Ika Suhartanti Darmo

68

Customer Intention to Play Mobile Social Games in Indonesia

Hendy Maleakhi, Budi Suprpto

69

Bidang Manajemen Sumber Daya Manusia

Analisis Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja Pada Karyawan (Studi Kasus Pada Penginapan BLK PAY Aisyiyah Yogyakarta)

Dyah Pikanthi Diwanti, Suryanto, Sri Iswati, Tri Siwi Agustina, Hari Basuki Notobroto

70

Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pelatihan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktifitas Karyawan (Studi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Jayapura)

Abdul Rasyid, Muhammad Yamin Noch, Surmaun

71

Analisis Hubungan Keterlibatan Karyawan, Kepuasan Kerja, dan In-Role Performance

Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Diaz Haryokusumo, Muhammad Dian Akbar

72

Dampak Stres Kerja Dan Iklim Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Turnover Intention

Adriana Permana, Suhartini

73

The Relationship Among Organizational Cynicism, Employee Procrastination, Intention To Leave, and In-Role Performance

Wisnu Prajogo 74

Simulasi Resolusi Konflik dalam Diskusi Kelompok

Raden Teja Yokanan 75

Mediasi Keterikatan Pekerjaan pada Dukungan Organisasi yang Dirasakan Terhadap Nilai Kesesuaian dan *Organizational Citizenship Behavior*

Nala Tri Kusuma, Ignatius Soni Kurniawan, Jajuk Herawati 76

Analisis Pengaruh *Educational* dan *Economic Empowerment* pada *New Venture Creation* Dengan Peran Moderasi *Entrepreneurial Self-Efficacy* Di Pesisir Bantul

Noormalita Primandaru 77

Pengaruh Komitmen, Kompetensi dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai di Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kabupaten Musi Rawas

Yohanes Susanto, Edy Wijaya, Irwan Pancasila 78

Analisis Loyalitas Guru Honorer Pada SMA Swasta (Studi Kasus Pada SMA NU 1 Gresik)

Maulidyah Amalina Rizqi, Choiril Supianto Arief Candra 79

Peran *Effort* Kerja Terhadap Pencapaian Keberhasilan Usaha Penjual Sayur Keliling (Studi Dusun Perujakan Kelurahan Sinduharjo Ngaglik Sleman)

Prayekti, Epsilandri Septyarini 80

Pengaruh Keselamatan Kerja dan Kesehatan Kerja Pada Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening (Studi pada CV. CIPTA USAHA MANDIRI)

Tatag Abdan Istaghfara, Andriyastuti Suratman 81

Perilaku Etis Mahasiswa Akuntansi Ditinjau dari *Moral Reasoning*, Kecerdasan Spiritual, Dan *Ethical Sensitivity*

Meiliyah Ariani, Zulhawati, Jeska Athalia Stephanie Saisarima 82

Pengaruh *Adversity Quotient*, Efikasi Diri dan *Need for Achievement* Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Raditya Aji Rusdiyana, Ani Muttaqiyathun 83

Model Peningkatan Kinerja Melalui Kapabilitas Sumber Daya Manusia Pada Sektor Pariwisata Di Taman Nasional Teluk Cendrawasih Distrik Yaur Papua

Riko Gesmani 84

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT. TOA Galva Industries)

Redi Wahyuna, Rachmatullaily Tinakartika Rinda, M Zakie Hanifan 85

Pengaruh Pelatihan *Good Manufacturing Practices (GMP)* dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Level 5 Pada PT. Quindofood Sentul Selatan Bogor

M. Azis Firdaus, Rachmatullaily Tina Kartika Rinda 86

Dampak Penilaian Kinerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Eastparc Yogyakarta Dimediasi oleh Kepuasan Kerja Aldila Ayuning Budi, Andriyastuti Suratman	87
Pengaruh <i>Trainer Reputation</i> dan <i>Political Career Planning</i> Terhadap <i>Pretraining Motivation</i> dan <i>Perceived Training Transfer</i> Dengan Pengalaman Berorganisasi Dan Loyalitas Kader Sebagai Variabel Pemoderasi (Kasus Pada Partai Solidaritas Indonesia) Bianka Andriyani	88
Analisis Pengaruh Keterlibatan Kognitif, Keterlibatan Emosional dan Kelelahan Emosional terhadap Kepuasan Kerja, Dimoderasi oleh Variable Sinisme Studi Pada Institusi Pendidikan di Indonesia Heni Kusumawati	89
Harmonisasi Manusia dan Lingkungan: Strategi Pelatihan dan Pengembangan dengan Perspektif <i>Green Human Resource Management</i> Arlita Nur Akhsana, Trias Setiawati	90
Model Peningkatan Kinerja UMKM Melalui <i>Digital Transformation</i> di Masa Pandemi Diah Ayu Kusumawati	91
Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Prestasi Kerja Irma Septiani, Syahrums Agung, Ecin Kuraesin	92
<i>The Influence of Corporate Culture on Work Motivation and Employee Performance of PT. ABX</i> Abdul Choliq Hidayat, Aftoni Sutanto, Fitroh Adhilla	93
<i>Management Analysis of Organizing and Public Contribution of "Pondok Tetirah Dzikir" Borstal Rehabilitation</i> Abdul Choliq Hidayat, Aulia, Aftoni Sutanto	94
Wanita Karir: Dilema Orientasi Keluarga dan Pekerjaan Tiara Hayyu Wijaya, Arif Hartono	95
Pengaruh Keadilan Kompensasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Perusahaan Swasta Marvianni Selmi Agatha Siba, Januari Ayu, Lukas Purwoto	96
Penguatan Ekosistem Digital bagi UKM melalui Kesiapan untuk Berubah dan Kepemimpinan yang Lincah Hasan Abdul Razak, Ardian Adhiatma, Ika Rosyada Fitriati	97
<i>Inspirational Motivation, Creative Engagement dan Collaboration Agility Terhadap Daya Saing Global</i> Ratih Pratiwi, Rizky Rama Setyaky, M. Ikhsanuddin, Riki Rahman Saputro	98

Jalan Berliku Menuju Pendapatan Tertinggi: Dilektika antara Motivasi dan Resiko Keselamatan Kerja Pengemudi Gojek Saat Hujan
 Amar Wali Bisowarno, Arif Hartono 99

Pengaruh *Perceived Organizational Support* dan Kepribadian Proaktif Terhadap Kreativitas Karyawan dengan *Meaning of Work* sebagai Pemediasi di Perusahaan Teknologi Informasi (TI) di Yogyakarta, Jakarta, Batam, Banten, dan Bogor
 Zulfa Uliani, Handrio Adhi Pradana 100

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Efikasi Diri Kreatif terhadap Kreativitas Karyawan dengan Iklim inovasi sebagai Variabel Pemediasi pada Tenaga Pendidik di Institusi Pendidikan Formal
 Nailah Adiebah, Handrio Adhi Pradana 101

Review Deskriptif *Antecedent Social Loafing* Di Era New Normal
 Auliya Rosiana, Syamsul Hadi 102

Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja, Motivasi Kerja Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* Pegawai Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Minahasa
 Bertha Ireni Mundung 103

Bidang Manajemen Operasi

Pendesainan Model Bisnis *Agile* Berbasis Jejaring untuk Merepon Disrupsi Perubahan Lingkungan
 Anjar Priyono, Abdur Rafik 104

Orkestrasi Kapabilitas Operasi dan Inovasi Dinamis pada *Socially Responsible Operations* dan *Innovation* Badan Usaha Milik Desa (Bumdes)
 Hadi Purnomo 105

Analisis Penerapan Rantai Pasokan Berkelanjutan dan Dampaknya Terhadap Pencapaian Keunggulan Kompetitif pada UMKM Konveksi di Desa Nogotirto
 Maisaroh 106

Halal *Supply Chain Management* dan *Green Supply Chain Management* Terhadap Kinerja UKM Industri Kuliner
 Dessy Isfianadewi, Muhammad Haikal Makarim 107

***Innovation Capability* dan *Supply Chain Integration* dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kerajinan Gerabah**
 Dessy Isfianadewi, Chusna Sabela 108

Peran Kualitas Intelejensi Sebagai Moderasi yang Menghubungkan Antara Koordinasi Manufaktur Terhadap Kinerja Inovasi Produk : Studi Empiris Pada UMKM D.I.Yogyakarta
 Muhammad Nur Ramadhan, Siti Nursyamsiah 109

Bidang Manajemen Strategik

Kapitalisme Politik dan Eksternalisasi Manajemen Suwarsono Muhammad	110
Analisis Business Model Canvas PT. DPM Lucia Haripatworo, Bernadeta Irmawati	111
Pengembangan Strategi Industri Kreatif menggunakan Value Chain Analysis Wulan Suryani, Novi Kusumaningsih	112

Bidang Manajemen Kewirausahaan

Faktor Penghambat dan Pemicu Menjadi Ecopreneur Studi Pada IKM di Kota Semarang Meniek Srining Prapti, Eny Trimeiningrum, Bernadeta Irmawati	113
Studi Orientasi Entrepreneurial Marketing UMKM di Masa Pandemi COVID-19 : Suatu Pendekatan Fenomenologi Ernani Hadiyati, Fahmi Poernamawati	114
Entrepreneurial Knowledge And Business Performance (Studies in Small Businesses in Malioboro Yogyakarta (Studies in Small Businesses in Malioboro Yogyakarta Pristin Prima Sari, Risal Rinofah	115
Strategi Bertahan Desainer Adi Busana Menjadi Produsen Tas Belanja Ni Luh Made Vinaya Medhiatika	116
Keberhasilan Usaha Industri Mikro Kecil Menengah Makanan Ringan Berbasis Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas dan Inovasi di Priangan Barat Indonesia Dwi Gemina, Sri Harini	117
Resiliensi UKM Ayam Goreng Kalasan di Masa Pandemi COVID-19 M.Lies Endarwati, Anita Mustikasari, Arya Sony	118
Enterpreneurship Training for Micro and Small Businesses as a Solution for Povety Reduction Suparmono	119
Motivasi dan Bisnis Mahasiswi: Ingin Terbang Tinggi Melihat Pelangi Tetapi Menemui Badai Matahari Avi Rifka Annisa, Trias Setiawati	120
Faktor-Faktor Pendorong Pembentukan Holding UMKM Di Yogyakarta Purwoko, Zunan Setiawan	121

Peran Inkubasi Bisnis Kampus Dalam Menjaga Ketahanan UMKM Dikalangan Alumni Pada Masa Pandemi

Hendro Setyono, Ahmad Rizal Solihudin, Hari Haryadi 122

Underlying Factors of Green Innovation Adoption in Indonesian Small Medium Enterprises (SMEs)

Gabriella Hanny Kusuma 123

F M M I

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[001]

Kebijakan Deviden Perusahaan Sektor *Property, Real Estate, Dan Konstruksi Di Indonesia*

Anita Handayani¹, Ida Sholichatun Nisa Wahyu Rohmawati Ningsih²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Gresik, Gresik, Indonesia

Email:anita.handayani@umg.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh dari rasio likuiditas (*Cash ratio*), rasio solvabilitas (*Debt to equity ratio*), rasio profitabilitas (*Return on equity*), dan rasio aktivitas (*Total Asset Turnover*) terhadap Kebijakan deviden. Penelitian ini menggunakan data panel dengan populasi 8 perusahaan yang konsisten di sektor properti, real estat dan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017 dengan pengamatan selama 4 tahun. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan deviden dipengaruhi oleh rasio keuangan yaitu rasio likuiditas (*Cash ratio*) dan rasio profitabilitas (*Return on equity*). Kesimpulannya rasio solvabilitas (*Debt to equity ratio*) dan rasio aktivitas (*Total Asset Turnover*) tidak berpengaruh pada kebijakan deviden.

Kata kunci: *Cash Ratio, Debt To Equity Ratio, Return on Equity, Total Asset Turnover, Kebijakan Dividen*

[003]

Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Dalam Menilai Kinerja Manajemen PDAM Jayapura

Yaya Sonjaya^{1*}, Muhdi B. Hi. Ibrahim², Azies Bauw³

¹Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua

²Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua

³Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua

**Email: ya2sonjaya@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Struktur Organisasi (X_1), Perencanaan Anggaran (X_2), Pengendalian (X_3), Sistem Akuntansi (X_4) dan Laporan Pertanggungjawaban (X_5) terhadap variabel Kinerja Manajemen (Y). Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji regresi, Uji t dan Uji F, diperoleh hasil bahwa Struktur Organisasi dan Sistem Akuntansi Pertanggungjawaban tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Manajemen dilingkungan PDAM Jayapura, sedangkan Perencanaan Anggaran, Pengendalian dan Laporan Pertanggungjawaban berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Manajemen PDAM Jayapura. Uji F menunjukkan Struktur Organisasi, Perencanaan Anggaran, Pengendalian, Sistem Akuntansi Pertanggungjawaban dan Laporan Pertanggungjawaban secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Manajemen PDAM Jayapura.

Kata kunci: Struktur Organisasi, Perencanaan Anggaran, Pengendalian, Sistem Akuntansi Laporan Pertanggungjawaban dan Kinerja Manajemen.

KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[004]

Apakah Kinerja Saham Syariah Lebih Baik Dibandingkan Saham Non-Syariah? Studi Indeks Saham JII Dan LQ45 Tahun 2018-2019

Eka Maya Sari^{1*}, Tri Gunarsih²

¹Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta

²Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: trigunarsih@uty.ac.id

*Corresponding Author Email: 02emayasr@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Dengan adanya penduduk muslim terbanyak tersebut, maka perkembangan Industri Halal salah satunya pada sektor keuangan Islam berupa investasi syariah diharapkan akan semakin berkembang setiap tahunnya. Namun dalam perkembangan tersebut, masyarakat juga masih memikirkan mana yang lebih menguntungkan, apakah investasi pada saham syariah atau saham non-syariah. Alternatif investasi yang paling menjanjikan keuntungan salah satunya adalah investasi di pasar modal. Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan oleh investor jika ingin berinvestasi di pasar modal, yaitu *return* dan risiko. Perbandingan *return* dan risiko antar indeks saham juga dilakukan untuk mengetahui saham mana yang paling menguntungkan. Seorang investor perlu melakukan diversifikasi untuk meraih keuntungan serta mengoptimalkan *return* dan meminimalkan risiko, dengan melakukan pembentukan portofolio saham optimal. Penelitian ini membahas tentang analisis pembentukan portofolio saham syariah (JII) dan non-syariah (LQ45) dengan menggunakan metode Indeks Tunggal. Penulis mengumpulkan saham-saham yang konsisten terdaftar pada indeks saham JII dan LQ45 pada Januari 2018-Desember 2019, kemudian diperoleh 35 saham konsisten untuk indeks saham LQ45 dan 25 saham konsisten pada indeks saham JII. Terdapat 3 saham yang termasuk dalam portofolio optimal saham syariah dan 4 saham yang masuk portofolio optimal saham non-syariah. Kemudian dilakukan uji beda menggunakan uji *Independent Sample T-Test* untuk mengetahui adakah perbedaan antar kedua saham tersebut dan didapatkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara saham syariah dan non-syariah. Penulis juga melakukan perhitungan Rasio *Sharpe*, Rasio *Jensen* dan Rasio *Treynor* untuk mengukur kinerja masing-masing saham yang membentuk portofolio, lalu untuk mendukung hasil uji beda saham sebelumnya maka dilakukan Uji *Kruskal Wallis* pada ketiga rasio saham JII dan LQ45 tersebut yang diperoleh hasil bahwa tidak ada perbedaan kinerja saham syariah dibandingkan saham non-syariah pada periode penelitian ini.

Kata Kunci: Metode Indeks Tunggal, Rasio *Sharpe*, *Treynor* dan *Jensen*, Uji *Independent Sample T-Test*, Uji *Kruskal Wallis*

[005]

Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak, Pemeriksaan Pajak, Penagihan Pajak, Dan Jumlah Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan

Mohammad Aldrin Akbar^{1*}, Yaya Sondjaya², Victor Pattiasina³, Muhammad Adhin⁴

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua

^{2,3,4} Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua

*aldrinakbar160@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepatuhan wajib pajak, pemeriksaan pajak, penagihan pajak, dan jumlah wajib pajak terhadap penerimaan pajak penghasilan pada KPP Pratama Jayapura. Populasi penelitian ini seluruh wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Jayapura. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa Kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak penghasilan, pemeriksaan pajak tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak penghasilan, penagihan pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak penghasilan dan jumlah wajib pajak juga berpengaruh terhadap penerimaan pajak penghasilan. Secara simultan kepatuhan wajib pajak, pemeriksaan pajak, penagihan pajak, dan jumlah wajib pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak penghasilan di KPP Pratama Jayapura.

Kata kunci: Kepatuhan wajib pajak, pemeriksaan pajak, penagihan pajak, jumlah wajib pajak, dan penerimaan pajak penghasilan

[006]

Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Motivasi Investasi Dan Kemudahan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Pada Generasi Muda

Siti Nurmalia^{1*}, Tri Gunarsih²

¹Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta

²Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: trigunarsih@uty.ac.id

*Corresponding Author Email: snurmalia24@gmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor di Indonesia pada 27 Desember 2019 mencapai 2.478.243 SID, sedangkan jumlah investor saham di Indonesia pada 27 Desember 2019 mencapai 1,10 juta SID, jumlah tersebut sangat kecil jika dibandingkan dengan total penduduk Indonesia yang mencapai 264,16 juta jiwa atau sekitar 0,4% dari total penduduk Indonesia. Generasi muda dikenal sebagai agen perubahan dalam segala aspek kehidupan serta pembangunan nasional sehingga diharapkan mampu melakukan sosialisasi mengenai investasi saham di pasar modal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat investasi saham di pasar modal pada generasi muda. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Yogyakarta, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berusia 17-30 tahun. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *multistage sampling* dengan 125 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode kuesioner yang telah dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi, motivasi investasi dan kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham di pasar modal pada generasi muda, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien bernilai positif dan nilai signifikansi masing-masing sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi saham di pasar modal pada generasi muda, karena nilai koefisien bernilai negatif (-0,740) dan nilai signifikansi $0,461 > 0,05$.

Kata Kunci: Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Motivasi Investasi, Kemudahan Teknologi, Minat Investasi

[007]

Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* (GCG) Sebagai Variabel Moderasi

Mirna Indah Nurlita^{1*}, Tri Gunarsih²

¹Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta

²Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: trigunarsih@uty.ac.id

*Corresponding Author Email: mirnaindah20@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebijakan dividen, *Good Corporate Governance* (GCG) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan studi pada perusahaan *go public* yang mengikuti pemeringkatan indeks *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) tahun 2011-2018. Variabel independen yaitu kebijakan dividen yang diproksikan dengan menggunakan *Dividend Payout Ratio* (DPR), *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi yang diproksikan dengan menggunakan skor *Good Corporate Governance* (GCG), dan ukuran perusahaan (*SIZE*) sebagai variabel kontrol. Nilai perusahaan diproksikan dengan *Price Book Value* (PBV). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk mengetahui pengaruh variabel moderasi apakah dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *go public* yang mengikuti pemeringkatan indeks *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) tahun 2011-2018. Sampel dalam penelitian ini ada 9 perusahaan, sehingga ada 72 objek penelitian. Adapun analisis data menggunakan regresi linier berganda dan *moderated regression analysis* (MRA). Berdasarkan penelitian diketahui bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *Good Corporate Governance* (GCG) tidak dapat memoderasi hubungan antara variabel kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan bukan merupakan variabel kontrol dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kebijakan Dividen, *Good Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.

[008]

Pengaruh *Capital Adequacy Ratio (CAR)*, *Financing To Deposit Ratio (FDR)* Dan *Non Performing Financing (NPF)* Terhadap *Return On Assets (ROA)*. (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2015-2019)

Ahmad Bahaudin¹⁾, Moch. Irsad²⁾

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Email : baha.aladin596@gmail.com

Email : Moch.irsad@edu.unisbank.ac.id

ABSTRACT

This study examines how much Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing to Deposit Ratio (FDR) and Non Performing Financing (NPF) can affect Return On Assets (ROA). The unit of analysis of this study is Sharia General Banking which is registered with the Financial Services Authority. This study uses a period of five periods from 2015 to 2019 using the Purposive Sampling method. In this study multiple analysis methods are used so that the relationship between independent variables and dependent variables is known. The results showed that overall CAR, FDR and NPF had a significant effect on ROA. Partially, CAR has no significant effect on ROA. FDR has no significant effect on ROA. NPF has a negative and significant effect on ROA.

Kata Kunci:CAR, FDR,NPF and ROA.

[011]

Analisis Pengaruh Variabel Keuangan Dan *Non* Keuangan Terhadap *Underpricing* Pada Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018

Jhoni Gunawan^{1*}, Tri Gunarsih²

¹Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta

²Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: trigunarsih@uty.ac.id

*Corresponding Author Email: jhonigunawan1998@gmail.com

ABSTRAK

Initial Public Offering (IPO) merupakan kegiatan penawaran saham perdananya kepada masyarakat luas. Fenomena yang terjadi ketika akan melakukan IPO pada umumnya adalah *underpricing*. *Underpricing* adalah kondisi yang menunjukkan bahwa harga saham di pasar primer lebih rendah dibandingkan hari pertama di pasar sekunder. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel keuangan dan *non* keuangan terhadap *underpricing* saham. Faktor-faktor yang diteliti adalah *debt to equity ratio*, *return on equity*, reputasi *underwriter*, tingkat inflasi dan kurs rupiah. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan penawaran saham perdana di BEI periode 2016-2018. Sampel yang digunakan sebanyak 99 perusahaan yang didapat melalui metode *purposive sampling* dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel keuangan dan *non* keuangan secara simultan berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Secara *partial* hasil penelitian pada variabel keuangan *debt to equity ratio* dan *return on equity* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*. Variabel *non* keuangan reputasi *underwriter* dan kurs rupiah terbukti secara *partial* berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing* saham dengan tingkat signifikansi 5%. Sedangkan variabel *non* keuangan inflasi tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*.

Kata Kunci: *IPO*, *Underpricing*, Keuangan dan *Non* Keuangan

[015]

Analisis Pengaruh ROE, DER, EPS Dan Reputasi *Underwriter* Terhadap *Underpricing* Saham Perusahaan Yang Melakukan IPO Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2018

Nova Apriliana¹, Ali Sadikin²^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

Email: ali72oke@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan yang membutuhkan dana dapat menjual surat berharganya di pasar modal maka perusahaan harus *go public*. Menurut (Brigham & Houston, 2018:404) *go public* adalah tindakan menjual saham kepada masyarakat luas yang dilakukan oleh perusahaan tertutup atau pemegang saham utamanya. Semakin Banyaknya perusahaan yang *go public* di pasar modal maka akan mengakibatkan timbulnya persaingan antar perusahaan untuk mendapatkan investor di dalam menanamkan modalnya melalui IPO. Apabila harga penawaran perdana saham lebih rendah dari harga saat penutupan pada hari pertama dipasar sekunder maka saham tersebut dikatakan mengalami *underpricing*. Menurut Beatty (1989) Kondisi *underpricing* merugikan untuk perusahaan yang melakukan *go public*, karena dana yang diperoleh dari *public* tidak maksimum. Sebaliknya jika terjadi *overpricing*, maka investor akan mengalami kerugian, karena mereka tidak menerima *initial return* (return awal). Tujuan penelitian ini adalah melihat pengaruh ROE, DER, EPS dan Reputasi *Underwriter* terhadap *Underpricing* Saham pada Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018. Metode penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 108 perusahaan yang IPO yang terdaftar di BEI, sedangkan sampel yang dipakai sebanyak 72 sampel perusahaan, dengan metode sampel teknik *purposive sampling*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis Regresi Linear Berganda dengan asumsi klasik. Dari hasil uji-T menunjukkan bahwa variabel ROE dan Reputasi *Underwriter* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing* saham IPO yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018 sedangkan DER dan EPS tidak berpengaruh.

Kata kunci: ROE, DER, EPS, Reputasi *Underwriter* dan *Underpricing*

[031]

Pengaruh Efisiensi Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar dalam BEI tahun 2013-2017

Ikhwan Ari Susanto, Kartini

Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Email: kartiniafj1@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of working capital efficiency on the level of profitability of companies in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2013-2017 period. The variables used in this study are Average Collection Period (ACP), Average Payment Period (APP), Average Day Inventory (ADI) as an independent variable, and Return on Assets (ROA) as the dependent variable. And there is a Size as a control variable. The sampling technique used was purposive sampling, namely sampling with certain criteria. There are a sample of 13 companies from 18 populations. The analytical tool used is multiple regression analysis. The results showed that the ACP and ADI variables had a negative and significant effect on company profitability. While the APP variable has a positive and significant effect on company profitability. And Size as a control variable has a positive and significant effect on company profitability.

Keywords: Average Collection Period (ACP), Average Day Inventory (ADI), Average Payment Period (APP), Return on Asset (ROA)

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[032]

Analisis Perbandingan Kinerja ReksaDana Saham Syariah dan ReksaDana Saham Konvensional yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2016-2018

Nurriszki Karina Dianti¹, Kartini²

^{1,2}Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
kartiniafif1@gmail.com

ABSTRACT

The primary aim of this study is to analyze the differences of performance between conventional stock mutual funds and Islamic stock mutual funds. This study uses quantitative methods with the population used are all equity mutual funds registered in Otoritas Jasa Keuangan for the period between 2016 and 2018, while the sampling technique is based on several considerations (purposive sampling). The results is that there are 20 samples of conventional stock mutual fund products and 13 sample of Islamic stock mutual fund products. The analytical method used in this study to measure the difference is Independent Sampe T-test, but its predecided by using Kolmogrov Smirnov-test to test the normal distribution of the data. Performance measurement of Islamic stock mutual fund and conventional stock mutual fund are measured by three methods; they are Sharpe Ratio, Treynor Ratio, and Jensen's Alpha. The result show that the performance of Islamic stock mutual fund is different from conventional stock mutual fund in all three methods. Both Sharpe Ratio and Treynor Ratio has a significant difference at 0,000, while Jensen's Alpha has a significant dfference at 0,0165.

Keywords: *Performance of Mutual Funds, Conventional stock mutual funds, Islamic stock mutual funds, Performance Analysis, Sharpe Ratio, Treynor Ratio, Jensen's Alpha.*

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[036]

Strategi Dan Kinerja Investasi Dalam Aktivitas Perdagangan Investor Asing vs Investor Domestik Studi Pada Bursa Efek Indonesia

Johannes Maysan Damanik¹, Eduardus Tandelilin²

¹Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
maysan@ustjogja.ac.id

²Program Magister Sains dan Doktor Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Gajah Mada

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi investasi dan kinerja investasi antara investor asing dengan investor domestik yang bertransaksi di Bursa Efek Indonesia. Proksi yang digunakan untuk melihat Strategi Investasi dan Kinerja Investasi pada penelitian ini adalah *Trading Profit* dari transaksi yang dilakukan oleh investor. Strategi investasi yang dipilih oleh investor akan terlihat dari kecenderungan investor dalam melakukan penjualan terdapat saham dengan *Trading Profit* bernilai positif dan negatif. Kinerja Investasi akan terlihat dari kemampuan investor dalam menghasilkan transaksi yang bernilai positif. Penelitian ini menggunakan data transaksi intra-hari yang ditransaksikan oleh investor asing dan investor domestik. Hasil penelitian menemukan bahwa investor asing menggunakan strategi momentum dalam bertransaksi di bursa dan investor domestik menggunakan strategi kontrarian dalam bertransaksi di bursa. Penelitian ini juga menemukan bahwa kinerja investor asing lebih baik dibandingkan investor domestik dalam aktivitas transaksi di bursa.

Kata kunci: Strategi, Kinerja, Investor Asing, Investor Domestik

[044]

**Pengaruh Tata Kelola Perbankan
Terhadap *Cash Holding* Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel
*Intervening***

Umi Murtini

Universitas Kristen Duta Wacana
umimt@staff.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah Struktur Modal Perusahaan sebagai variabel intervening dalam tata kelola perbankan mempengaruhi *cash holding*. Struktur modal diukur dengan menggunakan rasio total hutang terhadap ekuitas. Tata kelola perusahaan diukur menggunakan kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial. *Cash holding* diukur menggunakan jumlah kas dan setara kas dibagi dengan total aset. Pengujian menggunakan regresi berganda dan *bootsraping*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa struktur modal terbukti sebagai variabel intervening. DER berpengaruh positif terhadap *cash holding*. Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap DER dan *cash holding*. Kepemilikan manajerial berpengaruh negative terhadap DER, dan berpengaruh positif terhadap *cash holding*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa tata kelola perbankan dapat menentukan *cash holding*, tetapi penentuannya melalui struktur modal

Kata kunci: *Struktur Modal, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Intervening*

[048]

Analisis Kinerja Reksadana Syariah Menggunakan Metode Jensen Alpha

Amelia Achmad Tarmum¹, Renea Shinta Aminda², Immas Nurhayati³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia
ameliatarmum.at@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk melakukan analisis terhadap reksa dana saham syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Analisis ini menggunakan metode Jensen Alpha sebagai alat ukur kinerja untuk melihat reksadana saham syariah yang memiliki kinerja diatas resiko pasar. Populasi penelitian ini merupakan reksadana saham syariah yang terdaftar di OJK periode 2013-2019. Hasilnya terdapat 9 sampel reksadana saham syariah. Selain itu penelitian ini menggunakan Jakarta Islamic Indeks sebagai tolok ukur kinerja reksadana. Teknik dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu *purposive sampling* dan menggunakan jenis data sekunder. Hasil penelitian diperoleh dari 9 reksa dana saham syariah, 8 diantaranya memiliki nilai alpha yang negatif (*underperform*) dan 1 reksa dana saham syariah lainnya berhasil memberikan alpha yang positif (*outperform*) yaitu, Batavia Dana Saham Syariah yang dianggap layak untuk menjadi pilihan investor dalam berinvestasi.

Kata Kunci : *Kinerja portofolio, Reksadana Syariah, Metode Jensen*

[049]

Pengaruh Inflasi, Kurs Valuta Asing dan Harga Minyak Dunia Terhadap Pendapatan Ekspor

Fitri Anjarwati, Titing Suharti, Immas Nurhayati

Universitas Ibn Khaldun Bogor

titingsuharti.01@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki inflasi, kurs valuta asing (Rupiah terhadap US Dolar), dan harga minyak dunia sebagai variabel *independent* dan pendapatan ekspor Indonesia sebagai variabel *dependent*. Penelitian dilakukan untuk melihat dampak dari inflasi, kurs valuta asing (Rupiah terhadap US Dolar), dan harga minyak dunia terhadap pendapatan ekspor Indonesia selama periode 2008-2018 baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan). Adapun populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan data time series dari inflasi, kurs valuta asing (Rupiah terhadap US Dolar), harga minyak dunia, dan pendapatan ekspor Indonesia selama periode 2008-2018. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yang bersumber dari data sekunder serta dikumpulkan menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi dan kepustakaan. Metode pengujian data dalam penelitian ini adalah uji regresi sederhana dan uji regresi linear berganda menggunakan alat uji SPSS 22. Dari analisis tersebut diperoleh hasil variabel X_1 yaitu inflasi dan X_3 yaitu harga minyak dunia berdampak signifikan pada pendapatan ekspor Indonesia selama periode 2008-2018, sedangkan variabel X_2 yaitu kurs valuta asing (Rupiah terhadap US Dolar) tidak berdampak signifikan pada pendapatan ekspor Indonesia selama periode 2008-2018, dan secara simultan inflasi, kurs valuta asing (Rupiah terhadap US Dolar), dan harga minyak dunia berdampak signifikan terhadap pendapatan ekspor Indonesia selama periode 2008-2018.

Kata kunci: *inflasi, kurs valuta asing, harga minyak dunia, ekspor*

[050]

Pengaruh Fluktuasi *Benchmark* Indeks dan Nilai Beta Terhadap *Return Exchange Traded Funds*

Zulfan Fadillah¹, Renea Shinta Aminda², Diah Yudhawati³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun Bogor
renea.shinta.rsa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fluktuasi indeks acuan dan nilai beta terhadap *return* Exchange Traded Funds (ETF) dengan populasi seluruh ETF yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dilakukan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh Reksadana Premier ETF LQ45 (R-LQ45X) sebagai sampel. Data yang digunakan berupa data kuantitatif yang diperoleh dari berbagai sumber secara tidak langsung (sekunder) berupa situs web penyedia data. Selanjutnya data dianalisis secara deskriptif dan diuji menggunakan metode regresi linier berganda yang sebelumnya telah melalui uji asumsi klasik untuk menguji kelayakan data yang akan diolah. Data fluktuasi indeks diperoleh dari selisih harga penutup dari indeks acuan yaitu indeks LQ45 periode tertentu dikurangi periode sebelumnya, sedangkan untuk nilai beta diperoleh dari rata-rata beta saham yang bertahan pada indeks LQ45 selama periode penelitian. *Return* ETF diperoleh dari harga penutup lalu dihitung menggunakan rumus *return*. Melalui uji-t untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial diperoleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari fluktuasi indeks acuan terhadap *return* ETF dengan koefisien regresi sebesar 0,112 dan signifikansi sebesar 0,00. Sementara itu nilai beta tidak berpengaruh terhadap *return* ETF dengan nilai koefisien regresi sebesar -8,568 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,651. Namun secara simultan melalui uji-F, fluktuasi indeks acuan dan nilai beta secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap *return* ETF.

Kata kunci: *fluktuasi indeks, beta, ETF*

[055]

Implementasi Penerapan Satuan Standar Biaya Operasional Perguruan Tinggi Negeri X

Renea Shinta Aminda¹, Indupurnahayu², Heny Taryani³
^{1,2,3}Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Ibn Khaldun
renea.shinta.rsa@gmail.com

ABSTRAK

Aktivitas keuangan yang sesuai dengan SSBOPT yang ditetapkan oleh pemerintah menjadi hal yang utama dalam operasionalisasi perguruan tinggi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis implementasi SSBOPT pada biaya langsung dibandingkan biaya tidak langsung pada kegiatan operasional pendidikan tinggi di beberapa departemen, dengan menggunakan data keuangan perguruan tinggi negeri X tahun 2017 dan tahun 2018. Dengan menggunakan teknik analisis deskriptif eksploratif dengan uji komparasi pair t-test diperoleh hasil penelitian bahwa faktor yang menyebabkan lebih banyak unit kerja yang biaya tidak langsungnya lebih tinggi dibandingkan dengan biaya langsung adalah karena honorarium untuk kegiatan akademik, yang merupakan biaya langsung operasional pendidikan (akun 51), dibayarkan oleh Direktorat Sumberdaya Manusia, sehingga jika dibuat rasio satu persatu akan terlihat bahwa unit kerja tersebut tidak memenuhi SSBOPT. Tetapi setelah biaya langsung operasional pendidikan (akun 51) ditambahkan dari Direktorat Sumberdaya Manusia, secara umum untuk institusi, rasio biaya langsung dan biaya tidak langsung menjadi sesuai dengan SSBOPT. Data yang berhasil diolah menunjukkan bahwa di tahun 2017 penambahan biaya langsung karena penambahan dari Direktorat Sumberdaya Manusia adalah sebesar 71,11%, sedangkan di tahun 2018 penambahan sebesar 62,06%.

Kata Kunci: *Komponen Pembentuk Biaya, Biaya Langsung, Biaya Tidak langsung, SSBOPT*

[066]

Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Terhadap *Return Saham* Perbankan Berdasarkan Kelompok Buku Bank

Nurfauziah¹, Sri Mulyati²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
nurfauziah@uii.ac.id

ABSTRAK

Manajemen risiko merupakan bagian dari strategi bisnis secara komprehensif dengan tujuan untuk berkontribusi dalam melindungi dan meningkatkan nilai pemegang saham. Peningkatan nilai saham menunjukkan peningkatan return saham yang diperoleh oleh investor. Penelitian ini melihat pengaruh penerapan manajemen risiko terhadap return saham perbankan dilihat dari kelompok buku bank, yaitu kelompok buku bank 1, kelompok buku bank 2, kelompok buku bank 3, dan kelompok buku bank 4. Penerapan manajemen risiko dilihat dari risiko kredit, risiko likuiditas, risiko operasional dan risiko pasar. Penelitian dilakukan terhadap seluruh bank umum yang go public dan aktif dari tahun 2015 sampai dengan 2019, yaitu sebanyak 44 bank. Hasil penelitian menyatakan bahwa: secara keseluruhan (untuk seluruh kelompok buku bank) penerapan manajemen risiko yaitu risiko kredit, risiko likuiditas, risiko operasional dan risiko pasar tidak mempengaruhi *return* saham, kecuali untuk kelompok buku bank 1. Sedangkan risiko kredit dan risiko operasional serta risiko pasar untuk kelompok buku 4 berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

Kata kunci: *risiko kredit, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko pasar, return saham*

[067]

Analisis Pengaruh Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan**Tiara Cahya Puspita Sudrajat¹, Nurfauziah²**^{1,2}Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII
*nurfauziah@uui.ac.id***ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Tobin's Q, sedangkan variabel independen terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, dan komite audit. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling terhadap perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 sampai 2019. Sampel penelitian ini sebanyak 17 perusahaan. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara variabel independen lainnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Governance, Nilai Perusahaan, Tobin's Q*

[068]

Pengujian Model 4 Faktor Carhart di Bursa Efek Indonesia

Rega Pratama Putra¹, Abdur Rafik²

^{1,2}Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
abdurrafik@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji model 4 Faktor Carhart di Bursa Efek Indonesia. Sampel ditentukan secara *judgemental* dengan kriteria utama berupa perusahaan *non-keuangan* yang tercatat di LQ45 selama periode 2017 hingga 2019. Pengujian dilakukan dengan terlebih dahulu menyusun beragam portofolio berdasarkan kombinasi ukuran (kapitalisasi pasar), nilai buku (rasio nilai buku terhadap harga pasar), dan momentum (kinerja unggul masa lalu). Beragam portofolio yang telah dibentuk kemudian diuji menggunakan regresi linear berganda untuk menentukan apakah model 4 Faktor Carhart mampu menjelaskan variasi return dan apakah masing-masing faktor mampu menjelaskan gradasi return antar portofolio. Hasil analisis secara umum menemukan adanya bukti bahwa model 4 Faktor Carhart mampu menjelaskan variasi return di Bursa Efek Indonesia. Portofolio dengan kapitalisasi pasar kecil, rasio nilai buku terhadap harga pasar tinggi, dan kinerja masa lampau yang bagus secara umum mampu mengungguli portofolio dengan kapitalisasi pasar besar, rasio nilai buku terhadap harga pasar rendah, dan kinerja masa lampau yang buruk.

Kata kunci: *model 4 faktor, model carhart, value premium, size premium, momentum effect*

[069]

Kinerja Strategi Kombinasi *MACD* dan *Stochastic Oscillator* pada Pasar Valas

Royani Rahman¹, Abdur Rafik²

^{1,2}Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
abdurrafik@uii.ac.id

ABSTRACT

This study aims to backtest the relative performance of trading strategies for both Moving Average Convergence Divergence (MACD) and Stochastic Oscillator (SO) and the combined strategy of MACD and SO in the context of the foreign exchange market. Twenty pairs of currencies are tested using ten years historical data started from 2010 to 2020. How the performance of each strategy compared was measured using the relative net profit, win trades/loss trades ratio, and the expected payoff generated from the backtesting results. Wilcoxon Signed Ranked Test and Mann-Whitney U-Test are used to test the data. The results show that the combined strategy can significantly increase the net profit both using daily and hourly data, but not the win trades/loss trades ratio and the expected payoff. Besides, there is no also different performance of both win trades/loss trades ratio and expected payoff for the daily or hourly data used.

Keywords: *MACD, Stochastic Oscillator, Technical Analysis, Backtesting of Technical Indicators*

[073]

Pengaruh Berita Covid-19 pada Perusahaan Listing di Bursa Efek Indonesia

Mellisa Fitri Andriyani Muzakir

Program Diploma III Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Islam Indonesia

132111102@uii.ac.id

ABSTRAK

Covid-19 merupakan kejadian atau peristiwa non ekonomi yang luar biasa yang berpengaruh pada hampir semua sektor dan terjadi di seluruh dunia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu pengaruh berita COVID-19 yang direaksi oleh investor pada pasar modal dengan melihat abnormal return pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Abnormal return* dinilai dapat memberikan informasi terkait dengan perubahan reaksi investor pada pasar modal. Metodologi yang digunakan untuk melihat abnormal return dengan menggunakan uji beda t-test, apabila $t_{hitung} < t_{table}$ atau $t_{hitung} > t_{table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari perhitungan t-one sample bahwa rata-rata *abnormal return* secara statistik tidak sama dengan nol karena nilai sig. (2-tailed) lebih kecil dari pada alpha 0,05 sehingga dapat disimpulkan Pengumuman resmi dari pemerintah terkait COVID-19 menghasilkan *abnormal return*. Kesimpulan dari perhitungan dan pengujian adalah bahwa berita COVID-19 membawa dampak terhadap reaksi investor yang aktif bertransaksi pada pasar modal. Sehingga, perlu adanya studi yang lebih lanjut terkait berita COVID-19 yang dapat digunakan sebagai referensi. Bagi investor, agar lebih menyimak berita lebih dalam sehingga diharapkan tidak menanggung kerugian yang besar.

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[074]

Penggunaan Analisis Teknikal *Moving Average Convergence Divergence (MACD)* dan *Chande Momentum Oscillator (CMO)* dalam Keputusan Beli-Jual Saham di Pasar Modal Indonesia

Anggara Dwicahya Utama¹, Abdul Moin²

^{1,2}Universitas Islam Indonesia,
anggadch@gmail.com¹, abdul.moin@uii.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh 2 indikator teknikal analisis yaitu *Moving Average Convergence Divergence (MACD)* dan *Chande Momentum Oscillator (CMO)* terhadap keputusan beli dan jual saham pada perdagangan saham-saham IDX30 di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu lima tahun dari 2015 sampai 2019. Sampel yang diuji sebanyak 400 transaksi dengan metode simple random sampling. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *MACD* dan *CMO* dalam jangka waktu 5 tahun hanya menghasilkan true signal rata-rata sebesar masing-masing 32,26% dan 31,07%. Variabel *MACD* maupun *CMO* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Beli dan Jual Saham (KBJ) pada pasar saham Indonesia. Selanjutnya, berdasarkan uji statistik dapat disimpulkan bahwa kedua variable *MACD* dan *CMO* tersebut berpengaruh secara negatif terhadap keputusan jual dan beli saham. Hal ini mengindikasikan bahwa analisis dengan menggunakan indikator *MACD* dan *CMO* hanya bisa digunakan dalam periode waktu tertentu. Sementara itu, penggunaan kedua indikator tersebut pada periode yang lain justru menghasilkan false signal yang dapat menyebabkan kerugian bagi trader atau investor saham. Penelitian ini merekomendasikan bahwa penggunaan analisis teknikal perlu dikombinasi dengan analisis fundamental untuk mendukung keputusan beli dan jual saham agar dapat mengurangi potensi risiko bagi investor.

Kata kunci: *Teknikal Analisis, Moving Average Convergence Divergence (MACD), Chande Momentum Oscillator (CMO), IDX30*

[076]

Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Silvi Indah Lestari¹, D. Agus Harjito²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia
harjitok@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan mekanisme *corporate governance* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Variabel dependen yang digunakan adalah Return On Asset (ROA), sedangkan variabel independen yang digunakan adalah ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan komite audit. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dari 50 perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai dengan 2018. Pengambilan data menggunakan Teknik *purposive sampling* dari web www.idx.co.id serta website masing-masing sampel perusahaan. Data dianalisis menggunakan regresi data panel. Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, dan kepemilikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan komite audit berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Governance*, Kinerja Keuangan

[077]

Perbandingan Kinerja Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia dengan Metode *Risk Based Bank Rating*

Risma Sylvarani¹, D. Agus Harjito²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia
harjitok@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti perbandingan kinerja bank konvensional dan bank syariah periode tahun 2015-2019 dengan menggunakan metode *risk based bank rating*, terdiri dari komponen *risk profile*, *good corporate governance*, *earnings*, dan *capital*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel 10 bank konvensional dan 10 bank syariah. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan kinerja perbankan secara menyeluruh dan uji hipotesis menggunakan uji beda dua rata-rata (*independent samples t-test*). Setelah melakukan analisis data, diperoleh hasil yaitu terdapat perbedaan kinerja pada faktor risiko kredit, ROA dan ROE antara bank konvensional dengan bank syariah, sedangkan faktor risiko likuiditas, GCG dan CAR tidak terdapat perbedaan kinerja antara bank konvensional dengan bank syariah.

Kata kunci: Kinerja Bank, Bank Konvensional, Bank Syariah, *Risk Based Bank Rating*

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[079]

Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Bank Umum Kelompok Usaha)

Sri Mulyati¹, Nurfauziah²

^{1,2} Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII
mulyati@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penerapan manajemen risiko kredit, risiko likuiditas dan risiko operasional terhadap kinerja keuangan Bank Umum Kelompok Usaha. Risiko kredit diukur dengan *Non Performing Loan* (NPL), risiko likuiditas diukur dengan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan risiko operasional diukur dengan ratio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO). Sedangkan kinerja keuangan diukur dengan *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). Sampel yang digunakan sebanyak 42 Bank Umum Kelompok Usaha dengan periode pengamatan tahun 2015 sampai 2019. Jumlah data yang digunakan dalam penelitian sebanyak 172 data. Analisis data menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko kredit (NPL) dan risiko operasional (BOPO) berpengaruh negative signifikan dan risiko likuiditas (LDR) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA, ROE) Bank Umum Kelompok Usaha. Dari hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata nilai NPL 1,78% nilai ini berada di bawah batas maksimum ketentuan dari Bank Indonesia yaitu 5%. Rata-rata nilai LDR 86,6% nilai ini berada di atas batas minimum dari ketentuan Bank Indonesia yaitu 85% dan rata-rata nilai BOPO 81,31% nilai ini berada di bawah batas maksimum dari ketentuan Bank Indonesia yaitu 90%. Adapun nilai rata-rata nilai ROA sebesar 1,82% dan rata-rata nilai ROE sebesar 9,58%. Secara simultan penerapan manajemen risiko juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan Bank Umum Kelompok Usaha.

Kata kunci: Risiko Kredit, Risiko Likuiditas, Risiko Operasional, *Return On assets*, *Return On Equity*.

[093]

Analisis Penilaian Saham Menggunakan *Capital Asset Pricing Model***Avri Sandra Laya Fatimah¹, Titing Suharti², Diah Yudhawati³**^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun Bogor

avrisandra.as@gmail.com, titing@gmail.com, diahyudhawati@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian saham jika diukur dengan menggunakan *Capital Asset Pricing Model* (CAPM). *Capital Asset Pricing Model* digunakan untuk menilai hubungan antara risiko sistematis dengan tingkat pengembalian harapan atau disebut dengan *expected return*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan sumber data yang digunakan yaitu data sekunder. Objek dari penelitian ini adalah saham sub sektor jalan tol, bandara, pelabuhan, dan sejenisnya periode 2015-2019. Populasi penelitian terdiri dari lima perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019 dengan metode penarikan sampel yaitu metode *purposive sampling* sehingga tiga perusahaan diantaranya menjadi bagian dari sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan dua saham menghasilkan return positif dan satu saham menghasilkan return negatif. Saham dengan beta nilai yang tinggi memiliki return ekspektasi yang tinggi pula. Dengan hasil analisis menggunakan *Capital Asset Pricing Model* ketiga saham menghasilkan nilai $R_i < E(R_i)$ Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa seluruh sampel penelitian dinilai sebagai saham yang tidak efisien.

Kata kunci : Investasi, Saham, *Capital Asset Pricing Model*

[095]

Leverage, Profitability, Corporate Governance Mechanism and Earning Management: Cases in Manufacturing Company in Indonesia Stock Exchange

Novria Prawida¹, Sutrisno²

^{1,2}Universitas Islam Indonesia
sutrisno@uii.ac.id

ABSTRACT

Earnings management is a form of manager manipulation in company external financial report in aim for individual profit. This research aim to analyze leverage efek,profitability,theamountofcommissionerboardandauditcommitteetowards earnings management in bank that registered in BEI2016-2017. This research is quantitative research and the sample conducted with purposive sampling method. This research apply secondary resource data from annual financial report of registered bank in BEI 2016-2017. There are 32 bank that fulfill criteria that researcher submit. This research apply multiple linier regression analysis method using IBM SPSS program. The results shows that leverage (DAR) has positive significant effect towards earnings management, profitability (ROA) doesn't have significant effect towards earnings management, amount of commissioner board (BS) and audit committee (KA) doesn't have significant effect toward earnings management.

Keywords: *Earnings management, Leverage, Profitability, Commissioner Board, Audit Committee*

[097]

**Pengaruh *Corporate Governance* dan *Enterprise Risk Management*:
Studi Empiris pada Perusahaan Keluarga di Indonesia****Pratiwi Ismi Giarti¹ dan Sutrisno²**^{1,2}Universitas Islam Indonesia*sutrisno@uii.ac.id***ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komisaris independen, dewan direksi, *Risk Management Committee*, reputasi auditor, dan konsentrasi kepemilikan terkait dengan implementasi *Enterprise Risk Management* (ERM). *Enterprise Risk Management* merupakan bagian dari variabel dependen, dan variabel independennya meliputi komisaris independen, dewan direksi, *Risk Management Committee*, reputasi auditor dan konsentrasi kepemilikan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan keluarga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2017. Sampel dikumpulkan berdasarkan *purposive sampling* dan menghasilkan 30 perusahaan sebagai sampel akhir. Data dikumpulkan dari laporan tahunan dan situs perusahaan dan dianalisis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komisaris independen, *Risk Management Committee* (RMC) dan Reputasi Auditor tidak berpengaruh terhadap ERM. Untuk variabel dewan direksi dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap ERM. Namun hasil dari analisis variabel konsentrasi kepemilikan tidak terbukti.

Kata kunci: *Enterprise Risk Management*, Komisaris Independen, Dewan Direksi, *Risk Management Committee*, Reputasi Auditor

[103]

Perbandingan Kinerja Reksadana dan Kinerja Unit *Link* dengan Metode *Sharpe*

Fatimatuzzahroh¹, Sri Mulyati²

^{1,2}*Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII*
mulyati@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan kinerja reksadana dengan unit link di kategori saham, pendapatan tetap, dan campuran yang terdaftar dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode Januari 2017 sampai dengan Desember 2019 dengan menggunakan metode Sharpe. Metode pengambilan sample menggunakan *Purposive Sampling* sehingga didapatkan sampel pada penelitian ini sebanyak 21 reksadana (terdiri dari 7 reksadana saham, 7 reksadana pendapatan tetap dan 7 reksadana campuran) dan 21 unit link (terdiri dari Unit link saham, 7 Unit link pendapatan tetap dan 7 Unit link campuran). Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji beda statistik *Independent Sample T-test* dan *Mann Whitney U-test*, dimana sebelumnya dilakukan uji *Kolmogorov Smirnov* untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata return reksa dana dengan metode *Sharpe* selama tiga tahun adalah sebagai berikut: Reksadana Saham sebesar 6,45%, Reksadana Pendapatan Tetap sebesar 30,40% dan Reksadana Campuran sebesar 16,69%. Sedangkan rata-rata return Unit *Link* dengan metode *Sharpe* selama tiga tahun adalah sebagai berikut: Unit *Link* Saham sebesar 10,88%, Unit *Link* Pendapatan Tetap sebesar 21,35% dan Unit *Link* Campuran sebesar – 3,15%. Dari hasil yang diperoleh terdapat perbedaan kinerja Reksadana dengan Unit *Link*, namun setelah dilakukan pengujian hipotesis antara kinerja Reksadana dan Unit *Link* ternyata kinerja keduanya tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Kata kunci: Reksadana, Asuransi Unit *Link*, Investasi, Indeks *Sharpe*.

[106]

**Variabel Makro Ekonomi
Sebagai Antecedent Profitabilitas Bank Umum Syariah
Di Indonesia Periode 2014-2018**

Sartika Adungka¹, Salamatus Asakdiyah², Taufik Hidayat³

^{1, 2, 3}Program Studi Magister Manajemen, Universitas Ahmad Dahlan
sartikaadungka1998@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh variabel ekonomi makro, yaitu suku bunga BI, jumlah uang beredar (M2), nilai tukar, dan inflasi sebagai antecedent profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia yang terpresentasikan oleh laporan Return on Assets (ROA) selama periode 2014-2018. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini mengambil populasi empat belas Bank Umum Syariah yang ada di Indonesia. Teknik sampling menggunakan sampel jenuh yang artinya semua populasi dapat dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari masing-masing website resmi dan data-data terkait yang diteliti. Alat analisis penelitian ini menggunakan software Eviews seri 10 dengan analisis regresi Data-Panel. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel suku bunga BI dan variabel jumlah uang beredar tidak signifikan berpengaruh terhadap variabel ROA, sedangkan variabel nilai tukar dan variabel inflasi signifikan berpengaruh terhadap variabel ROA. Selanjutnya hasil analisis regresi secara bersama-sama, keempat variabel makro ekonomi, yaitu suku bunga BI, jumlah uang beredar (M2), nilai tukar, dan inflasi signifikan berpengaruh terhadap variabel ROA. Hasil uji koefisien regresi (R^2) sebesar 33% sedangkan sisanya sebesar 67% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hanya variabel nilai tukar dan variabel inflasi yang signifikan berpengaruh terhadap variabel ROA. Sedangkan variabel suku bunga BI dan variabel jumlah uang beredar tidak signifikan berpengaruh terhadap variabel ROA. Dengan demikian, bagi peneliti berikutnya agar menambahkan variabel makro ekonomi yang lain, misalnya menambahkan Produk Domestik Bruto supaya hasil penelitian berikutnya menjadi lebih baik.

Kata kunci: Suku Bunga, Jumlah Uang Beredar, Nilai Tukar, Inflasi, *Return on Assets*.

[113]

Karakteristik- Karakteristik *Corporate Governance* dan Kinerja Perusahaan

Revina Oktavianti¹, Abdul Moin^{2*}

^{1, 2} Universitas Islam Indonesia

^{2*} *abdul.moin@uii.ac.id*, ¹ *revinaorevin@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh karakteristik-karakteristik corporate governance terhadap kinerja perusahaan. Variabel dependen yang digunakan sebagai proksi kinerja perusahaan adalah Tobin's q dan return saham. Sedangkan variabel independen meliputi kepemilikan manajerial, jumlah anggota dewan direksi, proporsi dewan direksi dan dewan komisaris wanita, proporsi dewan direksi dan dewan komisaris berlatar belakang militer (TNI), proporsi dewan komisaris independen, dan CEO Tenure. Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan dari 30 perusahaan property dan real estate serta 22 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2014 sampai 2018. Teknik pengambilan data menggunakan purposive sampling yang diperoleh dari Pasar Modal Indonesia, dan dari masing-masing website sampel perusahaan. Dengan menggunakan regresi data panel, penelitian ini mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial, proporsi dewan direksi wanita, dan proporsi dewan komisaris independen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa kepemimpinan wanita di dewan direksi tidak memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan. Demikian juga komisaris independent tidak memiliki cukup kekuatan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan dewan direksi. Sedangkan proporsi dewan komisaris wanita dan proporsi dewan komisaris TNI berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kehadiran wanita dan TNI dalam jajaran dewan komisaris justru memberikan efek positif bagi perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa fungsi pengawasan (supervisory) oleh wanita dan TNI berfungsi efektif terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan variabel-variabel ukuran dewan direksi, proporsi dewan direksi TNI, dan CEO tenure tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Kata kunci: Direksi Wanita, Komisaris Wanita, Direksi TNI, Komisaris TNI, *Corporate Governance*, *Financial Performance*.

[122]

**Struktur Modal, Kepemilikan Tunai,
Aktivitas Investasi dan Fleksibilitas Keuangan
Pada Perusahaan Infrastruktur
di Bursa Efek Indonesia**

¹ Ilham Attamimi Scenda, ² Sutrisno

^{1,2} Universitas Islam Indonesia

sutrisno@uii.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Capital Structure, Cash Ownership and Investment Activities on Financial Flexibility in the infrastructure companies of the Basic Industry and Chemicals sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange. The population of this research are companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2017 to 2019. This study uses a data management program carried out with the help of SPSS 26.0 (Statistical Package for the Social Sciences) with the analytical method used in this study is the multiple regression analysis method. The results showed that there was a significant positive effect between Cash Ownership on Financial Flexibility and there was an insignificant negative effect between Capital Structure and Investment Activities on Financial Flexibility. The results showed that the application of cash ownership had a positive and significant effect on financial flexibility, evidenced by the regression coefficient value of 1.749. Other results show that the application of capital structure and investment activities has no significant negative effect on financial flexibility. Regression Analysis Results produce R² of 0.223 at a significant value of 0,000. This shows that changes in financial flexibility in the infrastructure sector companies on the IDX can be explained by capital structure, cash ownership and investment activities as an independent variable of 22.3%. While the remaining 0.864 or 77.7% is explained by other factors not used in the model.

Keywords: *Financial Flexibility, Capital Structure, Cash Ownership, Investment Activities.*

[125]

Analisis Pengaruh *Return On Asset*, *Size* dan *Current Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018

Agnes Anggela Eras¹, Chrisentianus Abdi Saptomo², Agus Prasetyanta³

^{1, 2, 3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Immanuel

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Return On Asset*, *Size* dan *Current Ratio* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi pada perusahaan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2018. Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi laporan keuangan perusahaan batu bara dari Bursa Efek Indonesia. Populasi perusahaan batu bara berjumlah 22 perusahaan yang terdaftar dan sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi sederhana, regresi berganda dan uji interaksi atau Moderated Regression Analysis dengan bantuan IBM SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Return On Asset* dan *Size* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Current Ratio* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan *Return On Asset*, *Size* dan *Current Ratio* mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian lain yaitu *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh *Return On Asset*, *Size* dan *Current Ratio* terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Return On Asset*, *Size*, *Current Ratio*, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan.

[130]

**Pengaruh *Current Asset* Dan *Sales Revenue* Terhadap
Earning Before Interest and Tax (EBIT)
(Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Pariwisata, Hotel dan
Restoran yang Terdaftar di BEI Periode 2014 – 2018)**

Titing Suharti¹, Anuraga Kusumah²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibn Bogor

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *current asset* dan *sales revenue* secara partial dan simultan terhadap *earning before interest and tax*, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan analisis korelasi partial dan simultan. Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *current asset* terhadap *earning before interest and tax*, terdapat pengaruh yang signifikan antara *sales revenue* terhadap *earning before interest and tax*, dan terdapat pengaruh yang signifikan antara *current asset* dan *sales revenue* secara bersama-sama terhadap *earning before interest and tax* pada 6 (enam) perusahaan yang terdaftar di BEI pada sub sektor pariwisata, Restoran dan Hotel pada periode laporan Tahun 2014 s.d 2018, dengan tingkat koefisien determinasi sebesar 21,70%.

Kata kunci: *Current Asset, Earning Before Interest and Tax, Sales Revenue.*

[009]

Pengaruh Kewajaran Harga Jasa Dan Kemudahan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab

Musiadi Manalu¹, Ety Istriani²
Universitas Kristen Duta Wacana
ettyis@staff.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian jasa Grab (studi pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta). Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, uji signifikansi parsial, uji signifikansi simultan, dan uji koefisien determinasi. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan SPSS-21.

Variabel dependen yaitu keputusan pembelian sedangkan variabel independen yaitu kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran. Secara parsial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kewajaran harga jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu juga dengan kemudahan sistem pembayaran, Secara parsial kemudahan sistem pembayaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan, kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun keputusan pembelian dipengaruhi oleh kewajaran harga jasa dan kemudahan sistem pembayaran sebesar 52,3%.

Kata Kunci: Kewajaran Harga Jasa, Kemudahan Sistem Pembayaran, dan Keputusan Pembelian.

[016]

Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Ancaman Pandemi Covid-19 Pada Perilaku Pencarian Keberagaman: Sebuah Studi Eksperimen

Cynthia Ayu Manggarani
STIE YKPN
cynthia.mrsc@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah memberi dampak signifikan pada pola konsumsi manusia. Penelitian ini berfokus pada pengaruh persepsi konsumen terhadap ancaman pandemi Covid-19 pada perilaku pencarian keberagaman (*variety seeking behavior*). Berdasarkan teori reaktansi dan teori manajemen teror, persepsi konsumen terhadap suatu ancaman akan meningkatkan kecenderungan seseorang untuk menggunakan beragam opsi dalam keputusan pembeliannya. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pencarian keberagaman pada produk makanan akan meningkat seiring dengan meningkatnya persepsi ancaman yang dirasakan akibat pandemi Covid-19. Kedua, penelitian ini juga menunjukkan bahwa merek makanan memoderasi hubungan antara persepsi ancaman dan perilaku pencarian keberagaman. Secara spesifik, konsumen akan menunjukkan pola pencarian keberagaman yang lebih tinggi ketika dihadapkan oleh ancaman yang tinggi dibandingkan jika ia dihadapkan oleh ancaman yang lebih rendah. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bagaimana pola pencarian keberagaman dapat diubah atau dimanipulasi menggunakan persepsi ancaman.

Kata kunci: Pandemi, Covid-19, Variety Seeking, Persepsi, Perilaku

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[020]

Pengaruh *Event Marketing* (GATF) Terhadap Minat Beli Tiket Pesawat di PT. Garuda Indonesia *Branch Office* Jayapura dengan *Brand Awareness* sebagai Variabel *Intervening*

Khusnul Khotimah^{1*}, Yendra², Andri Irawan³, M. Irwanto⁴

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua

*khusnul.khotimah1978@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *event marketing* terhadap minat beli dengan *brandawareness* sebagai variabel *intervening*. Sampel penelitian sebanyak 110 orang. Alat analisis menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Dari hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh langsung sebesar 14,9 dan pengaruh tidak langsung sebesar 15,7. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel *event marketing* (X) berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* (Y₁). Kontribusi atau sumbangan pengaruh variabel *event marketing* (X) terhadap variabel *brand awareness* (Y₁) adalah sebesar 59,3% sementara sisanya 40,7% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Variabel *brand awareness* (Y₁) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y₂). Kontribusi atau sumbangan pengaruh variabel *brand awareness* (Y₁) terhadap variabel minat beli (Y₂) adalah sebesar 26,5 % sementara sisanya 73,5% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian dan variabel *event marketing* (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y₂).

Pengaruh total yang diberikan (X) terhadap (Y₂) adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu $0,149 + 0,157 = 0,306$. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai pengaruh langsung sebesar 0,149 atau sebesar 14,9% dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,157 atau 15,7%, yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung variabel *event marketing* (X) terhadap minat beli (Y₂) akan lebih baik jika melalui variabel *brand awareness* (Y₁) sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci: *Event Marketing*, *Brand Awareness*, Minat Beli

[024]

**Pengaruh *Public Relation*, *Advertising*, dan *Word Of Mouth* terhadap
Brand Awareness
(Studi Kasus Pada PT X *Cake and Bakery*)**

Daniel Joel Immanuel Kairupan¹, Olivia Ayu Yovanda²
STIE YKPN Yogyakarta
danielkairupan@gmail.com¹, ayuyovanda@gmail.com²

ABSTRAK

Pemasaran merupakan sebuah aktivitas yang telah biasa terjadi dalam perusahaan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan serta menawarkan produk atau jasa yang bernilai kepada konsumen. Untuk mendapatkan perhatian dari konsumen, perlu adanya strategi pemasaran dari perusahaan yang dapat menggambarkan tingkat kesadaran konsumen terhadap produk yang ditawarkan atau *brand awareness*. *Brand awareness* merupakan suatu sikap positif yang diberikan masyarakat kepada perusahaan. *Brand awareness* dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain *public relation*, *advertising*, dan *word of mouth*. Perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi *brand awareness* sehingga *awareness* yang dihasilkan tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sekaligus menjelaskan pengaruh *public relation*, *advertising*, dan *word of mouth* terhadap *brand awareness* di Toko PT X *Cake and Bakery*. Penulis memilih perusahaan ini dikarenakan perusahaan tersebut saat ini memiliki permasalahan pada penguatan *brand awareness*. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 160 responden yang terdiri dari pelanggan PT X maupun yang bukan pelanggan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online*. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Metode pengujian hipotesis menggunakan alat bantu program SPSS v26.0. Setiap variabel yang diuji telah valid dan reliabel, serta telah layak secara model menurut uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *public relation*, *advertising*, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*.

Kata kunci: *Public Relation*, *Advertising*, *Word Of Mouth*, *Brand Awareness*.

[028]

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Audio Mobil Audiobit Yogyakarta

Ferdinan Dwi Atmaja¹, Murwanto Sigit²

Business and Economics Faculty, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
ferdinanatmaja@yahoo.co.id, murwanto.s@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen bengkel audio mobil AUDIOBIT Jl. Nusa Indah No. 58 Condongcatur Yogyakarta berdasarkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan merupakan penelitian survei. Subjek penelitian ini adalah konsumen bengkel audio mobil AUDIOBIT Jl. Nusa Indah No. 58 Condongcatur Yogyakarta yang berjumlah 100 orang. Pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan dengan analisis indeks kepuasan pelanggan dan analisis *Importance Performance Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tingkat kepuasan konsumen tinggi pada kualitas pelayanan yang dilihat dari atribut bukti langsung, (2) Dilihat dari atribut keandalan menunjukkan bahwa terdapat tingkat kepuasan konsumen yang tinggi pada kualitas pelayanan, (3), Tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari daya tanggap masih tergolong sedang, (4) Tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari jaminan masuk dalam kategori kepuasan yang tinggi, (5) Atribut empati memiliki penilaian tingkat kepuasan konsumen yang tinggi melebihi harapan konsumen pada kualitas pelayanan, (6) Tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari semua aspek termasuk ke dalam tingkat kepuasan pelanggan yang masuk dalam kategori puas dengan indeks kepuasan sebesar 80%.

Kata kunci : Kualitas, Kepuasan Konsumen

[029]

***The Effect of Service Quality, Food Quality, and Price Perception in Fast Food Restaurants towards Behavior Intentions
(Study case KFC in Yogyakarta)***

Muhammad Nafis Sajid¹, Murwanto Sigit²

Business and Economics Faculty, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
muhnafiss@gmail.com, Murwanto.s@uii.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship and analyze the effect of service quality on case studies of KFC fast food restaurant customers in Yogyakarta, Indonesia. The sample population in this study are people who have visited KFC in Yogyakarta, Indonesia with a total sample of 120 respondents. Data collection was carried out by giving questionnaires to respondents containing 22 statements. All respondents' data were analyzed using path analysis techniques in the processing version using SPSS Statistics 23. The results of the data analysis showed that service quality, food quality, and price perception had a positive effect on behavioral intentions. So, the results of this study form a relationship and the formation of independent variables that aim to increase the intention to behave in people who have visited KFC in Yogyakarta.

Keywords: *Perception, Service, Behavior Intentions, Consumer Loyalty*

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[035]

Generic Strategy pada UMKM Warung Kopi Angkringan Free Wifi di Kabupaten Mojokerto pada Masa Pandemi Covid-19

M.Syamsul Hidayat¹, Kasnowo², Tatas Ridho Nugroho³

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit Mojokerto

syamshidayat@gmail.com¹, kasnowo@gmail.com², tatasridho@unim.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui jumlah pengunjung serta menganalisis pemilihan *Generic Strategy* yang dilakukan oleh pemilik Warung Kopi angkringan (*free wifi*) di Kabupaten Mojokerto di masa pandemi covid 19 agar usahanya dapat bertahan dan berkelanjutan. Penelitian ini merupakan *eksploratory research* yaitu Penelitian yang bertujuan menggali atau mencari variabel-variabel atau faktor-faktor yang terdapat pada suatu fenomena atau kondisi sosial tertentu dengan menggunakan pendekatan kualitatif dalam bentuk *Focus Group Discussion*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 15 orang yang diambil berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik pengumpulan data dengan Wawancara secara terbuka untuk sepenuhnya informasi yang diperoleh dari para partisipan. Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *Generic Strategy* pada warkop angkringan *free wifi* di masa pandemic Covid-19 adalah strategi diferensiasi, dan strategi pengurangan biaya.

Kata kunci: *Generic Startegy*, Pengunjung, UMKM, *Free Wifi*

[039]

Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan, Minat Partisipasi, dan Minat Pembelian Produk

RafidhaAliy Rachmani¹, Budi Astuti^{2*}

*Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
budiastutish@gmail.com*

ABSTRAK

Interaksi *Online* antar pengguna media sosial dapat membangun dan menambah ruang pemasaran yang lebih luas bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Dengan demikian penting bagi para pemasar untuk meningkatkan efek aktivitas pemasaran melalui media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh aktivitas pemasaran melalui media sosial terhadap minat penggunaan berkelanjutan, minat berpartisipasi, serta minat pembelian konsumen melalui mediasi identifikasi sosial, nilai yang dirasakan, dan kepuasan. Sampel penelitian berjumlah 202 responden, dan dilakukan uji hipotesis dengan analisis SEM dan hasilnya menunjukkan, terdapat bahwa aktivitas pemasaran melalui media memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan, niat partisipasi serta niat pembelian konsumen dengan moderator identifikasi sosial, nilai yang dirasakan dan kepuasan yang juga mendorong secara positif pengaruh aktivitas pemasaran melalui media sosial.

Kata kunci: Aktivitas Pemasaran Melalui Media Sosial, Identifikasi Sosial, Nilai yang Dirasakan, Minat Penggunaan Berkelanjutan, Minat Partisipasi, Minat Pembelian Konsumen.

[046]

Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Tas Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok

Dian Novitasari¹, Leny Muniroh², Achyar Eldine³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun, Bogor

Diannov447@gmail.com, lenymuniroh@gmail.com, achyar@gmail.com

ABSTRAK

Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Tas Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok di bawah bimbingan Ibu Hj Leny Muniroh, SE., M.Si dan Bapak H. Achyar Eldine, SE., M.M. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Dalam proses mendapatkan data mengenai penelitian terhadap UMKM tas, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* atau sampel yang sudah di tentukan sebanyak 40. Jumlah pernyataan yang ada di kuisioner berjumlah 19 pernyataan. Terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel Inovasi (X1), 7 pernyataan untuk variabel Kualitas Produk (X2) dan 8 pernyataan untuk variabel Keunggulan Bersaing (Y1). Data kuisioner diolah menggunakan aplikasi computer/SPSS. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Tas Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok Variabel Inovasi dan Kualitas Produk di peroleh persepsi respondem sangat baik dengan range 4,21 – 5.00 maka di dapatkan hasil dengan kategori sangat baik dengan hasil regresi $Y = 11.593 + 0.381X1 + 0.511X2$ dan uji F hipotesis simultan dengan F hitung = 13.280 > f tabel 3.24 berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah ada pengaruh secara parsial dan simultan antara Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Kata kunci: Inovasi, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing

[047]

Pengaruh Saluran Distribusi dan Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Tas UMKM

Sinta Hajaprila Ferdiana¹, Lenny Muniroh², Achyar Eldine³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

¹sintahf06@gmail.com, ²lenymuniroh@gmail.com, ³achyar@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara saluran distribusi dan *digital marketing* terhadap penjualan produk tas UMKM. Dengan metode penelitian *survey research* dan deskriptif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 responden yaitu para pemilik UMKM produk tas di Desa Tegal Waru, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan hasil bahwa saluran distribusi dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan, baik secara parsial maupun simultan. Dan hasil dari uji korelasi menunjukkan bahwa saluran distribusi memiliki hubungan yang lebih kuat terhadap penjualan dengan tingkat hubungan sebesar 0,375, dibanding dengan digital marketing yang memiliki hubungan yang sedang terhadap penjualan yaitu sebesar 0,548.

Kata kunci: Saluran Distribusi; *Digital Marketing*; Penjualan.

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[062]

Mengembangkan *Perceived Customer Value* Untuk Meningkatkan Niat Beli Pelanggan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Ida Bagus Nyoman Udayana¹, Ambar Lukitaningsih², Ilya Nafilah³

^{1,2,3}Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

Ibn.udayana@yahoo.co.id, ambaryudono@yahoo.co.id, Ilyanflh@gmail.com

ABSTRAK

Niat beli pelanggan perlu ditumbuhkembangkan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal dapat berpengaruh besar terhadap peningkatan kinerja penjualan. Pelanggan yang loyal, dengan sukarela menyebarkan informasi yang positif tentang kebaikan suatu produk. Dengan demikian loyalitas selalu harus dijaga melalui selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas. Selain itu, selalu memperhatikan keluhan pelanggan dan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dan hubungan antar variabel yang meningkatkan niat beli pelanggan. Mengembangkan niat beli dapat dilakukan dengan penghemata biaya beli, penghematan waktu beli, kepercayaan dan menciptakan nilai-nilai yang bermanfaat bagi pelanggan. Penelitian dilakukan pada salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang berada di Bantul yaitu minuman ringan “Wedang Uwuh”. Sampel sejumlah 150 responden, teknik pengambilan sampel dengan random sampling. Uji validitas, reliabilitas dan uji model, dilakukan untuk mendapatkan data yang berkualitas. Analisis data menggunakan regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa *cost saving*, *time saving* dan *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived customer value*. Variabel *trust* paling berpengaruh terhadap *perceived customer value*. *Cost saving*, *time saving*, *trust* dan *perceived customer value* berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli pelanggan. *Perceived customer value* mampu sebagai variabel intervening antara *time saving* dan niat beli pelanggan. Sangatlah penting bagi suatu usaha untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan, hemat biaya pengiriman dan hemat waktu untuk memperoleh produk yang dibeli pelanggan. Selain itu pentingnya menjaga dan mengembangkan nilai-nilai yang bermanfaat bagi pelanggan. Sampel dan obyek penelitian ini perlu diperluas. Termasuk jumlah sampel dan jumlah obyek penelitian, tidak hanya terbatas pada industri minuman ringan. Untuk penelitian mendatang, perlu ditambah variabel-variabel baru yang mempengaruhi niat beli pelanggan.

Kata kunci: *Time Saving*, *Cost Saving*, *Perceived Customer Value*, *Trust*, *Purchase Intention*.

[064]

Preferensi UMKM Terhadap Penggunaan *Fintech*: Pendekatan *Hierarchy Of Effect Model*

MG. Westri Kekalih Susilowati,^{1*}, Retno Yustini Wahyuningdyah²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Soegijapranata Semarang Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Soegijapranata Semarang Indonesia
westrie@unika.ac.id

ABSTRAK

Layanan keuangan dan cara bertransaksi yang berbasis teknologi informasi mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi informasi (TI), *Financial Technology (Fintech)* hadir sebagai alternatif media transaksi bagi masyarakat, baik sebagai pembeli maupun penjual. Karena *fintech* memiliki berbagai macam keunggulan dibandingkan dengan kehadiran uang secara fisik, Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memanfaatkannya untuk mewujudkan keuangan yang inklusif. Salah satu kelompok sasaran pemanfaatan *fintech* adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Fintech* diharapkan mampu mengurangi hambatan-hambatan transaksi dan meningkatkan akses UMKM terhadap layanan keuangan sehingga bisnisnya semakin berkembang. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam menggunakan *fintech*, salah satu yang utama adalah kebiasaan. Hal demikian akan mempengaruhi preferensi untuk menggunakan *fintech* karena dimungkinkan terdapat resistensi dalam untuk beralih dari transaksi tunai ke transaksi menggunakan *fintech*. Dengan pendekatan *Hierarchy of Effect Model*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi UMKM terhadap penggunaan *fintech*. Hasil menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki kesadaran, pengetahuan, kesukaan, preferensi, keyakinan dan minat berperilaku untuk menggunakan *fintech* yang tinggi. Namun, secara terperinci kesadaran, pengetahuan dan pemahaman mengenai istilah *fintech*, bank tanpa kantor cabang dan LAKU PANDAI cenderung sangat rendah. Oleh karena itu, dalam rangka implementasi keuangan inklusi dengan *fintech*, Bank Indonesia dan OJK perlu mengembangkan sistem edukasi dengan pola komunikasi yang efektif dengan pendekatan pola komunikasi kelompok dengan tatap muka.

Kata kunci: *Fintech*, UMKM, Preferensi, Keuangan, Inklusi.

[071]

**Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Modern Saat Pandemi Covid-19
(Studi Kasus Pada Toko Modern di D.I.Y)**

Evi Rosalina Widyayanti, Mayangsari
STIE Widya Wiwaha
evi@stieww.ac.id

ABSTRACT

This study uses independent variables are internal green's, external green's, green brand image and green consumer behavior, and the dependent variable is consumer loyalty. The measurement scale is the Likert scale. Secondary data sources from research results, references and online news related to research and types of quantitative data in the questionnaire results. Data collection techniques using documentation techniques. The population were consumers of modern stores in D.I.Y. The sampling technique used was purposive sampling technique and incidental sampling. The sample used were 100 respondents. Test the validity of the instrument by comparing the value of rcount with rtabbel to determine the degree of freedom $d(f) = n - 2$ with an alpha of 0.05. While the reliability test used Cronbach alpha with a significance level of 0.70. The analysis tool uses the classical assumption test, multiple analysis test and hypothesis testing analysis. Data processing using the SPSS version 25 computer program. The results are: (1) internal green p's have a positive effect with a tcount of 5.008 and a significance value ($0.000 < 0.05$). (2) external green p's have a negative and significant effect with a t count of 2.351 and a significance value ($0.021 < 0.05$). (3) green brand image has a positive and significant effect with a t count of 2,273 and a significance value ($0.025 < 0.05$). (4) green consumer behavior has a positive and insignificant effect with a t count of 1.580 and a significance value ($0.117 > 0.05$).

Keywords: *internal green's, external green's, green brand image, green consumer behavior, consumer loyalty.*

[072]

Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Penggunaan Aplikasi Ojek Online di Yogyakarta

Anita Mustikasari^{1*}, Muhammad Estuaji Maulana², Dyah Kusumaningrum³,
Maria Axella⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Aktivitas dan mobilitas yang tinggi pada setiap individu tentu membutuhkan kendaraan sebagai alat transportasi. Publik transportasi kemudian menjadi kebutuhan primer untuk setiap individu hari ini. Perusahaan penyedia transportasi berbasis layanan digital saat ini sudah sangat berkembang pesat sehingga memunculkan banyak persaingan antar perusahaan, yang tentunya berdampak pada konsumen yang menggunakan jasa layanan transportasi digital khususnya ojek *online*. Promosi didefinisikan sebagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada pelanggan yang ada dan pelanggan potensial. Harga didefinisikan sebagai nilai / biaya tukar dari barang yang konsumen inginkan dengan atau tanpa melalui proses penawaran. Dalam bauran pemasaran atau *marketing mix* aspek harga dan promosi merupakan aspek yang krusial dalam perusahaan jasa. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Penggunaan Aplikasi Ojek Online di Yogyakarta. Dari hasil analisis data Regresi berganda menggunakan SPSS versi 16.0, kedua variabel independen (harga dan promosi) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Ojek online namun secara parsial variabel harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Ojek *online*.

Kata kunci: Harga, Penggunaan Layanan, Promosi.

[078]

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek *Online* Grab di Yogyakarta

Samuel Aritonang¹, Agustini Dyah Respati^{2*}

¹ *Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana*

² *Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana*

*sammy.aritonang366@gmail.com, agustini@staff.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online*, Grab di Kota Yogyakarta. Sampel penelitian adalah pelanggan Grab yang pernah menggunakan jasa transportasi ojek *online* Grab di kota Yogyakarta. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan pertimbangan pelanggan yang sudah menggunakan ojek *online* Grab paling sedikit tiga kali. Selanjutnya, data penelitian dianalisis dengan menggunakan alata analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (mencakup *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangibles*), persepsi harga dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan Grab telah memberikan kenyamanan dan keamanan kepada pelanggan yang memakai jasanya, sehingga pelanggan puas. Persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* Grab di Yogyakarta. Responden menganggap bahwa harga yang ditetapkan Grab terjangkau, punya daya saing dan sesuai dengan manfaat yang diterima dari produk yang digunakan. Demikian juga, Cira merek dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek *online* Grab di Yogyakarta. Grab, sebagai perusahaan dapat membangun citranya dengan tujuan agar nama perusahaan bagus dan memberikan nilai bagi pelanggannya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

[080]

Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, Serta *Tagline* pada *Purchase Decision* Produk Energen (Studi Kasus Mahasiswa di Yogyakarta)

Shita Lusi Wardhani¹, Fanny Lintang Kusuma²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
lusi.wardhani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, serta *Tagline* pada *Purchase Decision* Produk Energen. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa di kota Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *metode purposive sampling* dengan jumlah sampel adalah 175 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *online* menggunakan *google form*. Metode pengujian data menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand awareness* memiliki hasil uji analisis regresi korelasi sebesar 1,145 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,254 yang artinya *brand awareness* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada *purchase decision* produk energetik. *Brand image* memiliki hasil uji analisis regresi korelasi sebesar 6,179 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang artinya *brand image* berpengaruh positif serta signifikan pada *purchase decision* produk energetik. *Tagline* memiliki hasil uji analisis regresi memiliki korelasi sebesar 1,979 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,049 berpengaruh positif serta signifikan pada *purchase decision* produk energetik.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Brand Image, Tagline, Purchase Decision.*

[082]

Tantangan dan Peluang Bisnis di Masa Pandemi Covid-19: Menarik Minat Beli Pelanggan melalui Aplikasi *E-commerce*, *Endorse Selebgram dan Instagram ads*.

Bambang Setia Wibowo
STIE YKPN Yogyakarta
bambang.setia@stieykpn.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the business challenges and opportunities during the covid-19 pandemic: attracting customer purchase interest through e-commerce, endorsement celebrities and instagram ads. Some online shops in the marketplace use endorsement celebrities and Instagram ads to attract consumer attention. When celebgrams deliver product advertisements, consumers will follow them because of their reputation, popularity and credibility. This research used survey design with purposive sampling. This research was conducted on 176 students in Yogyakarta who had already done online shopping in the marketplace during the Covid-19 pandemic. Data analysis was performed using Structural Equation Model (SEM) using Analysis Moment Structure (AMOS). This research proves that there is a positive influence on the use of e-commerce, endorsement celebrities and instagram ads on customer buying interest. There are several findings in this study. First, e-commerce has positive influence to the customer buying interest. Second, endorsement celebrities has positive effect to customer buying interest. Third, instagram ads has positive effect to customer buying interest.

Keywords: *Customer Purchase Interest, E-commerce, Celebrities endorsement, Instagram Ads, Covid-19 Pandemic*

[083]

Pengaruh Keadilan Pelayanan terhadap Kualitas Hubungan dan Kualitas Layanan pada Loyalitas Pelanggan

Muhammad Zafri¹, Muchsin Muthohar²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
muchsin@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh keadilan layanan, kualitas layanan, dan kualitas hubungan terhadap loyalitas pelanggan. Data penelitian dikumpulkan dari 400 responden dengan memberikan kuesionare kepada para pelanggan yang melakukan servis kendaraannya di Toyota Auto 200, secara *covenience random sampling*. Data terkumpul selanjutnya dilakukan beberapa tes sebelum dilakukan analisa data dengan menggunakan analisis SEM. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari semua relasi variable yang menjadi pengamatan dalam penelitian ini, yaitu: keadilan layanan berpengaruh positif terhadap kualitas layanan; keadilan layanan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan; keadilan layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan; kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; dan, kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Beberapa implikasi teoritis dan praktis juga dibahas di bagian akhir dalam tulisan ini.

Kata kunci: kualitas layanan, keadilan layanan, kualitas hubungan, loyalitas pelanggan

[084]

Variabel yang Mempengaruhi Niat Beli Barang Mewah Tiruan di Yogyakarta

Rio Angger Wicaksono¹, Muchsin Muthohar²

^{1,2} Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
muchsin@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Beli Barang Mewah Tiruan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand image, harga, integritas, hedonisme, serta utilitarian terhadap niat beli produk mewah tiruan. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisisioner. Responden dalam penelitian ini adalah berjumlah 180. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi dan uji T dengan menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel citra merek (brand image), hedonism (hedonism), dan utilitarian berpengaruh pada minat pembelian (purchase intention), sedangkan untuk variabel harga dan integritas tidak berpengaruh kepada purchase intention. Implikasi teoritis dan implikasi praktis juga dibahas dalam bagian akhir penelitian ini.

Kata kunci: Produk Palsu, Citra Merek, Harga, Integritas, Hedonisme, Utilitarian, Minat Beli

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[085]

Peran *Brand Love* dan *Brand Commitment* Terhadap Loyalitas pada Industri Batik dan Tekstil

Yohan Wismantoro^{1*}, Heribertus Himawan², Karis Widiyatmoko³

^{1,2,3} Dian Nuswantoro University, Semarang, Indonesia

* yohan.wismantoro@dsn.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komitmen merek (*brand commitment*) terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*), dengan penekanan khusus pada konstruk cinta merek (*brand love*). Tujuannya tulisan ini adalah untuk memperluas literatur yang ada tentang branding, mencari hubungan antara *brand love* dan *brand commitment* terhadap *brand loyalty*. Populasi penelitian adalah konsumen batik dan tekstil di wilayah Bayat, Klaten, Jawa Tengah, sebanyak 200 sampel menggunakan 25 pertanyaan kuesioner dengan menggunakan skala likert 1-7. Hasil analisis data menggunakan software AMOS. Dari ketiga hipotesis yang diajukan, terlihat bahwa semua proposisi terbukti berpengaruh secara statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasar merek dapat melihat manajemen strategis hubungan konsumen-merek dimulai dari memperhatikan komponen hubungan primer dari landasan hubungan untuk membuat strategi hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Kata kunci: *brand love, brand commitment, brand loyalty*

[087]

Anteseden Niat Pembelian Ulang pada Smartphone Apples

Shafira Fitri Cahyaning Ratri¹, Anas Hidayat²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
Korespondensi email: Anas.hidayat@uii.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the antecedents of repurchase intention on Apples smartphones. The population used in this study is the Indonesian people. While the sample taken from this study was 250 respondents. The data used in this research is primary data via google form which is distributed online through social media. The sampling technique used in this study was Convenience Sampling. The data were processed by SEM analysis using the AMOS program. Data variables used in this study consisted of variables of service quality, perceived usefulness, customer satisfaction and repurchase intention. The results of the data analysis conducted indicate that there is a positive and significant influence on service quality variables on perceived usefulness, service quality on customer satisfaction, service quality on repurchase intentions, perceived usefulness on customer satisfaction, perceived usefulness on repurchase intentions and satisfaction. customers against repurchase intentions.

Keywords: *service quality, perceived usefulness, customer satisfaction, repurchase intention*

[089]

Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dari Aplikasi Travel Online

Gilang Marlinja¹ dan Anas Hidayat²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam
Indonesia, Yogyakarta

Korespondensi email: anas.hidayat@uii.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and explain the effect of perceived value on customer satisfaction, to analyze and explain the effect of customer satisfaction on consumer complaints, to analyze and explain the effect of customer satisfaction on consumer loyalty and to analyze and explain the effect of consumer complaints on customer loyalty. The population in this study were students who were in the city of Yogyakarta. The number of samples is 300 respondents and in this case is considered to have represented the population studied. Data analysis in this study used the PLS analysis method. The results of this study prove that the perception of value has a significant positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a significant negative effect on consumer complaints, customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty and a significant positive effect on consumer complaints has a significant negative effect on consumer loyalty.

Keywords: *perceived value, customer satisfaction, consumer complaints, and customer loyalty.*

[096]

Analisis Anteseden Nilai Persepsian Produk Virtual Wisata Minat Khusus Penelusuran Museum Bagatti Valsecchi Milan, Italy

Zunan Setiawan^{1*}, Taufik Hidayat², Agus Siswanto³

Program Magister Manajemen. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Universitas Ahmad Dahlan. Yogyakarta, Indonesia.

zoonan46@gmail.com

ABSTRAK

Model penelitian ini merupakan perluasan dari penelitian sebelumnya mengenai nilai persepsian produk wisata (Zhong, Busser dan Balogu, 2017; Mitas dan Bastiaansen, 2018), memfokuskan pengembangan hipotesis berdasarkan teori dan mengungkapkan bahwa terdapat faktor lainnya dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, sebagai pengembangan generalisasi hasil penelitian dan memberikan nilai sesuai pengalaman melakukan virtual wisata minat khusus bagi individu yang melakukan penelusuran museum secara berkelompok. Pemilihan individu disesuaikan dengan tujuan penelitian, sedangkan, unit analisis penelitian adalah individu yang berdomisili di Jakarta dan Yogyakarta. Populasi konsumen yang dipilih adalah individu yang melakukan virtual produk wisata minat khusus penelusuran museum dalam satu tahun terakhir. Pembatasan waktu ditujukan untuk menghindari kealpaan, sehingga keakuratan dalam mengisi kuesioner dapat terjamin. Metode yang digunakan untuk memilih sampel penelitian adalah metode purposive sampling. Data penelitian mulai dikumpulkan semenjak tgl 20 Mei 2020 - 21 September 2020. Jumlah kuesioner yang disebarakan berjumlah 127 eksemplar dengan tingkat respon pengembalian berjumlah 127 eksemplar. Hasil kuesioner yang dapat digunakan dan dianalisis berjumlah 117 eksemplar. Hasil Penelitian mengungkapkan bahwa kebaruan, emosi, dan komunitas sebagai faktor-faktor yang signifikan dan positif memengaruhi nilai persepsian virtual produk wisata minat khusus penelusuran museum Bagatti Valsecchi di Kota Milan, Italy.

Kata kunci: Kebaruan, Emosi, Komunitas, Nilai Persepsian

[098]

UMKM Olahan Pangan Hasil Laut Kota Semarang dalam Upaya Adaptif dan Survive di Masa Pandemi

Berta Berti Retnawati¹, Ch. Retnaningsih²

¹Unika Soegijapranata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

²Unika Soegijapranata, Fakultas Teknologi Pangan

berta@unika.ac.id¹, nik@unika.ac.id²

ABSTRAK

Pandemi saat ini pukulan yang dihadapi UMKM jauh lebih keras dibanding krisis-krisis ekonomi sebelumnya karena situasi yang ada seperti pembatasan kegiatan masyarakat, kegiatan *work from home* ataupun keinginan pelaku UMKM untuk mengurangi aktivitas luar yang bisa dilakukan karena faktor upaya menjaga kesehatan diri sendiri menjadi tantangan tersendiri. Secara umum semua sektor UMKM terkena dampak pandemi, namun demikian harapan banyak diberikan pada sektor pangan yang memang selalu menjadi pilihan prioritas dan primer dibanding kebutuhan-kebutuhan sekunder lainnya. UMKM olahan pangan berbasis laut menjadi menarik untuk dikaji, bagaimana mereka berupaya bertahan dan berusaha atasi guncangan akibat dampak situasi pandemi Covid-19. Riset dilakukan untuk melihat kondisi eksisting dan upaya adaptif dan survive UMKM sentra olahan pangan berbasis laut ini dalam tiga kondisi waktu yakni sebelum, saat pandemi, dan upaya di masa kenormalan baru.

Kata Kunci: UMKM, Olahan Pangan Hasil Laut, *Survive*

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[099]

Strategi Pemanfaatan Media Sosial, Dan Harga *Online* Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Masakan Rumahan Sekitar Tangerang Selatan)

Rahayu Lestari¹, Elwisam²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional

Rahayu.lestari@civitas.unas.ac.id, elwisam@civitas.unas.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan media *daring* dalam kegiatan belanja atau pembelian oleh masyarakat saat ini memberikan dorongan tersendiri khususnya bagi penyedia jasa yang menjadi pilihan masyarakat tersebut. Sarana media sosial memiliki banyak manfaat yang digunakan kalangan masyarakat dalam kegiatan bisnisnya. Jangkauan yang luas dengan penggunaan media sosial sehingga untuk pemesanan salah satu produk bisnis akan dapat tersampaikan ke banyak orang dan memberikan kemudahan kepada orang lain juga yang membutuhkan informasi tersebut. Kemudahan inilah yang membuat fungsi media sosial begitu lekat dengan upaya peningkatan penjualan baik bisnis *online*, maupun *offline*. Penelitian dilakukan terhadap 100 pembuat atau pemasar masakan rumahan di sekitar Tangerang Selatan.

Elemen strategi pemasaran sangat penting bagi UKM untuk meningkatkan omzet penjualan produknya. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan omzet penjualan. Penelitian ini bertujuan (1) Menganalisis pengaruh media sosial terhadap peningkatan omzet penjualan, (2) Menganalisis pengaruh harga online terhadap peningkatan omzet penjualan.

Penelitian dilakukan di beberapa pembuat atau pemasar masakan rumahan di sekitar Tangerang Selatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari wawancara dengan kelengkapan berupa kuesioner. Analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten adalah metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software LISREL 8.70. Berdasarkan hasil penelitian, didapat temuan penelitian bahwa media sosial dan harga online secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan. Secara partial media sosial paling dominan berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan.

Kata kunci:Media Sosial, Harga Online, Omzet Penjualan

[102]

Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*: Apakah Dipengaruhi Oleh Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi Dan Persepsi Kemanfaatan ?

Nanda Andari Praudy¹, Dihin Septyanto^{2*}

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Jakarta

*corresponding author: dihin.septyanto@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat tentang e-wallet atau dompet elektronik terhadap Minat Menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja di Kabupaten Tangerang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 130 responden dengan batasan usia 17 tahun dan minimal telah menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Jumlah pernyataan yang disampaikan kepada responden sebanyak 26 item pernyataan, terdiri dari 6 item pernyataan Persepsi Kemudahan, 6 item pernyataan Daya Tarik Promosi, 6 item Pernyataan Persepsi Kemanfaatan, dan 8 item Minat Menggunakan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2). Metode analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi, Dan Persepsi Kemanfaatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Menggunakan. Secara parsial, variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Menggunakan. Persepsi Kemanfaatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Menggunakan, sedangkan Daya Tarik Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, hal ini menunjukkan bahwa selain karena promosi yang ada kurang menarik, para pengguna tidak melihat promosi sebagai aspek yang mempengaruhi pengambilan keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja, responden lebih melihat sejauhmana *e-wallet* tersebut memberikan kemudahan pemakaian dan kemanfaatannya.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemanfaatan, Minat Menggunakan

[107]

Apakah *Brand Attachment* Memediasi Pengaruh *Ideal Self Congruence* Pada *Brand Loyalty*?

Nonik Kusuma Ningrum¹, Sri Ayem²

¹Program Studi Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

²Program Studi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
nonik.kusumaningrum@ustjogja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *ideal self congruence* pada *brand loyalty* dengan dimediasi oleh *brand attachment*. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan metode *survey*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan tipe *judgement sampling*. Dengan melibatkan 200 responden, penelitian ini menguji 55 merek yang merupakan representasi dari konsep ideal konsumen. Data dianalisis dengan menggunakan *structural equation model*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *ideal self congruence* tidak berpengaruh positif signifikan pada *brand loyalty*, akan tetapi berpengaruh positif dan signifikan pada *brand attachment*. Lebih lanjut, *brand attachment* berpengaruh positif dan signifikan pada *brand loyalty*. Dengan demikian, *brand attachment* memediasi penuh pengaruh *ideal self congruence* pada *brand loyalty*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *ideal self congruence*, maka semakin tinggi *brand attachment*, dan semakin tinggi *brand attachment* maka *brand loyalty* juga semakin tinggi. Penelitian lanjutan dapat diarahkan untuk menguji pengaruh *actual self congruence* pada *brand attachment* maupun *brand loyalty*. Konstruksi lain juga dapat ditambahkan untuk dapat menggambarkan peran *ideal self congruence* secara lebih jelas. Selain itu, penelitian ini juga menyarankan untuk melakukan pendekatan eksperimental, baik laboratorium maupun lapangan, sebab konsep diri konsumen memiliki kemungkinan untuk lebih terlihat jika peneliti melakukan penelitian dengan desain eksperimen dibandingkan dengan *survey*.

Kata kunci: *Ideal Self Congruence*, *Brand Attachment*, dan *Brand Loyalty*.

[112]

Covid-19 and Typologies of Indonesian Older Consumers in Adapting Their Shopping Behaviour and Attitude

Arif Hartono

*Department of Management, Faculty of Business and Economics, Universitas Islam
Indonesia
arif.hartono@uui.ac.id*

ABSTRACT

Although previous studies on older consumers' typologies have been conducted extensively, most the conducted studies are based on developed countries context. While the study in the context of Indonesia, currently is very few. More specifically, a study that links Covid-19 pandemic and its link to older consumers' typology used shopping behaviour and attitude, is non-exists. Therefore, this study attempts to address this research gap. This study explores Indonesian older consumers' typologies in adapting their shopping behaviour and attitude in time of Covid-19 pandemic. Of 465 collected questionnaires, 176 were from consumers with age 50 years and above. Using exploratory factor analysis, six factors emerged, forming the basis of the typology. Subsequently, three clusters were profiled using behaviour and attitude variables such as "all-round adapters", "health, social and consumption preservers", and "health and social focused consumers". This study contributes to the development of shopping behaviour and attitudes scale that reflects the importance of older consumers adaptation in time of Covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19, older consumers, shopping behaviour and attitudes, Indonesia

KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[115]

***Are you a panic buyer? If yes, then who are you?
Exploring Indonesian Panic Buyers Typologies In Time of Covid-19
Pandemic***

Arif Hartono¹, Ratih Kusumawardhani²

¹*Department of Management, Faculty of Business and Economics, Universitas Islam Indonesia*

²*Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*

¹arif.hartono@uii.ac.id

²ratihkusuma@ustjogja.ac.id

ABSTRACT

The objective of this is to explore panic buyers' (shoppers) typologies of Indonesian consumers due to health crisis i.e. Covid-19 pandemic that previously has not been studied. A panic buyer (shopper) in this study is defined as consumers who feel worry with their stock during the pandemic and decided to shop goods in bulk or larger quantity in the beginning of the pandemic. Previous studies on panic behavior in time of Covid-19 mainly to be linked with health issue. Current studies that focus on typologies of panic buyers (shoppers) based on their shopping behavior and attitudes are relatively few. Therefore, this study addresses this literature gap. Of 465 samples, 121 can be classified as panic buyers (shoppers). Using exploratory factor analysis, five factors emerged, forming the basis of the typology. Subsequently, five clusters were profiled using behavior and attitude variables such as "consumption savers", "adapters reluctant", "social consciousness preservers", "online shopping shifters", and all-round adapters". Lastly, this study provides important contribution on the enrichment of consumer behavior' literature as well as practical insights for marketing practitioners.

Keywords: *typology, panic buyers, Covid-19, shopping behaviour and attitudes, Indonesia*

[126]

Analisis Penerapan *Technology Acceptance Model* (Tam) dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus Pengguna OVO di Yogyakarta)

Nuning Kristiani¹, Ardian Eka Sulistiana²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) YKPN Yogyakarta

¹kristiani.nuning@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan *digital wallet* saat ini berkembang pesat. Kemudahan dalam bertransaksi menjadi salah satu alasan beralihnya konsumen untuk lebih nyaman menggunakan *digital wallet* dibandingkan dengan transaksi manual secara *cash*. Salah satu *digital wallet* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah OVO. Ovo menjadi salah satu pilihan yang digunakan karena banyaknya pilihan tawaran-tawaran promosi yang memberikan keuntungan bagi penggunanya. Tetapi apakah cukup berbagai macam promosi tersebut akan memberikan kepuasan bagi penggunanya? Aplikasi OVO yang baru bagi masyarakat Indonesia dapat memudahkan atau sebaliknya justru merepotkan penggunanya karena fitur-fiturnya yang harus dipelajari. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh persepsi kemudahan penggunaan aplikasi OVO berpengaruh terhadap kepuasan penggunanya, (2) pengaruh persepsi kemanfaatan aplikasi OVO berpengaruh terhadap kepuasan penggunanya, (3) intensitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna OVO di wilayah Yogyakarta, (4) pengaruh intensitas valensi opini berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna OVO, (5) pengaruh konten berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna OVO. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan menggunakan alat bantu kuesioner. Sedangkan sampel yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini adalah 120 responden yang merupakan pengguna OVO di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) tidak terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen pengguna OVO, (2) terdapat pengaruh antara persepsi kemanfaatan terhadap kepuasan konsumen pengguna OVO, (3) tidak terdapat pengaruh antara intensitas terhadap kepuasan konsumen pengguna OVO, (4) terdapat pengaruh antara valensi opini terhadap kepuasan konsumen pengguna OVO dan (5) tidak terdapat pengaruh antara konten terhadap kepuasan konsumen pengguna OVO.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), Kepuasan Konsumen

[127]

Kualitas Layanan Elektronik dan *Electronic-Word Of Mouth* serta Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen

RR. Siti Muslikhah¹

¹Universitas Islam Indonesia
siti.muslikhah@uii.ac.id

ABSTRAK

Indonesia mengalami perkembangan pasar *e-commerce* dan bisnis *online* yang semakin meningkat, didukung dengan pertumbuhan pengguna internet dan banyaknya situs belanja *online* (*marketplace*). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan elektronik dan *electronic-word of mouth* (*e-WOM*) pada minat beli konsumen. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 151 responden, dengan kriteria pernah melakukan pembelian secara *online* minimal satu kali. Pengujian hipotesis dilakukan secara kuantitatif, data diperoleh melalui survei dengan metode pengambilan sampel *nonprobability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Pengujian validitas dilakukan dengan *Confirmatory Factor Analysis* (*CFA*) sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan dengan *item to total correlation* dan *cronbach's alpha*, untuk menguji pengaruh antar variabel menggunakan *multiple regression analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan elektronik dengan *e-WOM*. Pengaruh *e-WOM* pada minat beli konsumen juga terbukti, demikian juga kualitas layanan elektronik mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat beli konsumen. *E-WOM* terbukti memediasi sebagian hubungan antara kualitas layanan elektronik dengan minat beli konsumen.

Keywords: *Kualitas Layanan Elektronik (Electronic-Service Quality), Electronic-Word of Mouth (e-WOM), Minat Beli Konsumen.*

[129]

Kesiapan Koperasi-Koperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Menghadapi *Asean Economic Community 2015*

Chrisntianus Abdi Saptomo¹

Agus Prasetyanta²

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Immanuel
chrisabdisaptomo@yahoo.com, agusprasetyanta@gmail.com*

ABSTRAK

Asosiasi Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN) berdiri 8 Agustus 1967 di Bangkok. Dalam KTT ASEAN ke-9 tahun 2003, disepakati BALI CONCORD II yang memuat tiga pilar untuk mencapai *ASEAN Vision 2020*. Terkait dengan ekonomi, diwujudkan dalam bentuk Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA/AEC). Pada 20 Nopember 2007 disepakati Piagam ASEAN, disepakati pula percepatan implementasi MEA dari tahun 2020 menjadi tahun 2015. Untuk mewujudkan MEA 2015, dirumuskan *AEC Blueprint*, yang memuat langkah-langkah strategis yang harus dilaksanakan setiap Negara ASEAN sampai dengan 2015. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara dukungan organisasional dan motivasi kerja, hubungan antara dukungan organisasional dan komitmen pada layanan konsumen, hubungan antara dukungan *supervisor* dan motivasi kerja, hubungan antara dukungan *supervisor* dan komitmen pada layanan konsumen, dan hubungan antara motivasi kerja dan komitmen pada layanan konsumen. Dengan metode *purposive sampling* diperoleh 110 responden, dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Hasil pengolahan terbukti bahwa variabel dukungan organisasi, berhubungan secara signifikan terhadap motivasi kerja koperasi; variabel dukungan organisasi, berhubungan secara signifikan terhadap layanan konsumen/anggota koperasi; variabel *supervisor* berhubungan secara signifikan terhadap motivasi kerja; variabel *supervisor*, berhubungan secara signifikan terhadap layanan konsumen/anggota koperasi; dan terakhir variabel motivasi kerja, berhubungan secara signifikan terhadap layanan konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Terbatasnya waktu penelitian menyebabkan data *customer complaint* tidak dapat terkumpul dalam waktu singkat sehingga tidak dapat diuji. Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah agar menambah *variant customer complaint* sebagai variabel *moderating*. Penelitian dengan menggunakan metode cluster akan lebih dapat mengamati kelompok koperasi yang aktif, dan yang pasif, sehingga membantu pengambilan keputusan.

Kata Kunci: Kepuasan, Sumber Daya Manusia, Dukungan, Layanan, MEA 2015

[131]

Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Kuliner Tradisional

Mita Andriani¹⁾ Ika Suhartanti Darmo²⁾

Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta Timur

Email: ika.darmo@kalbis.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan keunggulan kompetitif terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan kuliner tradisional. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan instrument kuesioner dan wawancara kepada para responden. Sebanyak 140 orang responden ditetapkan dengan purposive random sampling di wilayah DKI Jakarta. Melalui pengujian deskriptif dan regresi, diperoleh kualitas layanan dan keunggulan kompetitif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 83,50%, sedangkan kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 72,3%. Kualitas layanan dan keunggulan kompetitif secara parsial dan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu pelaku bisnis kuliner tradisional hendaknya terus mengupayakan cara-cara yang kreatif dan inovatif guna meningkatkan kualitas layanan dan juga keunikan yang menjadi keunggulan kompetitif mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan; baik melalui penambahan varian menu, peningkatan kecepatan layanan, menampilkan ciri khas produk serta memberikan pelayanan konsumen yang memberikan kenyamanan bagi konsumen sehingga mampu loyalitas pelanggan dapat diwujudkan.

Kata Kunci : kualitas layanan, keunggulan kompetitif, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

[132]

Customer Intention to Play Mobile Social Games in Indonesia

Hendy Maleakhi¹, Budi Suprpto^{2*}.

¹ PT Angkut Bangun Bersama

² Faculty of Business and Economics, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

*budi.suprpto@uajy.ac.id

ABSTRACT

The main purpose of The Study is investigating The influence of network externalities, Individual gratifications and Time flexibility on The intention to play Mobile Social Games in Indonesia. The data is collected from online closed-ended questionnaire which distributed to 202 respondents from many provinces in Indonesia. The questionnaire consist of 18 questions that related with all four variables in the study. The results from Smart PLS analysis indicated Thar Networks externalities Ade positif and significant effect to individual gratifications and Time flexibility but have not signifikan effect on to The intention to play mobile social games. Meanwhile, Individual gratifications and Time flexibility has a positif and signifikan effect to The intention to play mobile social games.

Keywords: *Mobile Social games, Networks externalities, individual gratifications, timeflexibility, intentiontoplay.*

[002]

Analisis Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja pada Karyawan (Studi Kasus pada Penginapan BLK PAY Aisyiyah Yogyakarta)

**Dyah Pikanthi Diwanti^{1*}, Suryanto², Sri Iswati³, Tri Siwi Agustina⁴,
Hari Basuki Notobroto⁵**

¹Universitas Muhammadiyah Yogyakarta/ Sekolah Pascasarjana Universitas Airlangga

^{2,3,4,5}Universitas Airlangga

**dyahpikanthi@umy.ac.id*

ABSTRAK

Karyawan sebagai sumber daya manusia di perusahaan perlu dikelola dengan baik. Dengan memberikan kepuasan kerja yang tinggi, diharapkan karyawan akan secara sukarela bekerja dengan disiplin kerja yang baik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan kerja dengan disiplin kerja karyawan di BLK PAY Aisyiyah Yogyakarta. Hasil penelitian ini adalah BLK PAY Yogyakarta sudah memberikan kepuasan kerja yang tinggi dilihat dari disiplin kerja karyawan pada BLK PAY Yogyakarta yang dikembangkan dengan cara kekeluargaan. Dalam hal ini ada peraturan-peraturan yang berlaku pada BLK PAY Yogyakarta dan dijalani dengan baik sehingga dapat melaksanakan disiplin kerja dengan baik pula.

Kata kunci: Kepuasan Kerja, Disiplin Kerja, BLK PAY Aisyiyah.

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[010]

**Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pelatihan
dan Pengalaman Kerja Terhadap
Produktifitas Karyawan
(Studi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor
Wilayah Jayapura)**

Abdul Rasyid^{1*}, Muhammad Yamin Noch², Surmaun³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua

*abdulrasyidfeuniyap72@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan, pelatihan dan pengalaman kerja terhadap produktivitas karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Wilayah Jayapura. Populasi penelitian sebanyak 75 orang karyawan dengan sampel seluruh total populasi, dengan mempertimbangkan lamanya waktu penelitian, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil uji t untuk variabel tingkat pendidikan (X_1) t_{hitung} sebesar 0,767 dengan tingkat signifikansi 0,445 serta menggunakan batas signifikansi sebesar 0,05 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,666 yang menandakan bahwa tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja. Hasil uji t untuk variabel pelatihan (X_2) t_{hitung} 20,427 dengan taraf signifikansi 0,000 serta menggunakan batas signifikansi sebesar 0,05 maka diperoleh t_{tabel} 1,666 menandakan bahwa variabel pelatihan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja. Hasil uji t untuk variabel pengalaman kerja (X_3) t_{hitung} sebesar -5,343 dengan taraf signifikansi 0,000 serta menggunakan batas signifikansi sebesar 0,05 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,666 menandakan bahwa variabel pengalaman kerja berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja. Hasil uji F , $226,264 > F_{tabel}$ 2,50 sehingga ketiga variabel independen bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas karyawan.

Kata kunci: Tingkat pendidikan, pelatihan, pengalaman kerja, produktivitas kerja

[014]

Analisis Hubungan Keterlibatan Karyawan, Kepuasan Kerja, dan *In-Role Performance*

Nikodemus Hans Setiadi Wijaya^{1*}, Diaz Haryokusumo², Muhammad Dian Akbar³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

*niko.wijaya@stieykpn.ac.id

ABSTRAK

Studi ini menguji pengaruh keterlibatan karyawan terhadap kepuasan kerja dan *in-role performance*. Peneliti juga menguji pengaruh kepuasan kerja terhadap *in-role performance* serta menginvestigasi peran kepuasan kerja sebagai variabel pemediasi hubungan antara keterlibatan kerja terhadap *in-role performance*. Penelitian menggunakan desain penelitian survei dengan data primer *cross-sectional*. Sebanyak 102 responden yang merupakan karyawan sebuah perusahaan otomotif nasional di Daerah Istimewa Yogyakarta mengisi *self-administrated survey*. Variabel keterlibatan karyawan diukur menggunakan dimensi *involvement* yang terdapat pada *Organizational Culture Survey* yang dikembangkan Glaser (1987). Kepuasan kerja diukur menggunakan *Michigan Organizational Assessment Questionnaire* yang dikembangkan Hackman dan Oldham (1980). *In-role performance* diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan Williams dan Anderson (1991). Semua item pengukuran menggunakan skala likert dengan interval satu sampai lima. Peneliti menggunakan analisis regresi hierarkikal untuk melakukan pengujian hipotesis pengaruh langsung antar variabel. Untuk melakukan uji mediasi, peneliti menggunakan prosedur dari Baron dan Kenny serta *Sobel Test* untuk memperkuat hasil dari uji mediasi. Pengujian hipotesis menunjukkan beberapa temuan. Ditemukan pengaruh variabel keterlibatan karyawan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dan *in-role performance*. Hasil lainnya juga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan kepuasan kerja pada *in-role performance*. Pengujian mediasi menunjukkan dukungan yang parsial terhadap peran mediasi kepuasan kerja pada hubungan antara keterlibatan karyawan dan *in-role performance*.

Kata kunci: keterlibatan karyawan, kepuasan kerja, *in-role performance*

[017]

Dampak Stres Kerja dan Iklim Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja dan *Turnover Intention*

Adriana Permana¹, Suhartini^{2*}

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

*suhartini@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan menguji pengaruh stres kerja dan iklim organisasi terhadap *turnover intention* dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening pada *Acoustic Family*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi sekaligus responden sebanyak 72 orang karyawan dengan kata lain menggunakan metode sensus. Teknik analisis yang digunakan ialah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *SmartPLS v3.0.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stres kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover intention*, iklim organisasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *turnover intention*, stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, iklim organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, kepuasan kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *turnover intention*, stres kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja, iklim organisasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar pertimbangan untuk menurunkan tingkat stres kerja, memperbaiki kondisi iklim organisasi, meningkatkan tingkat kepuasan kerja dan menurunkan tingkat *turnover intention*.

Kata kunci: Stres, Iklim Organisasi, Kepuasan, *Turnover Intention*

[018]

The Relationship Among Organizational Cynicism, Employee Procrastination, Intention to Leave, and In-Role Performance

Wisnu Prajogo

STIE YKPN School of Business

wisnuprajogo@gmail.com

ABSTRACT

This research examines the relationship among organizational cynicism, employee procrastination, intention to leave, and in-role performance. 200 employees from various organizations taken from a purposive sampling method participated in this research. Only employees with more than one year work tenure may participate in this research. Hypothesis testing was conducted with structural equation modelling with composite score calculation to increase model fit. This research modified the initial model to reach better fit between model and data as indicated with measurement results of fit values. This research found several results. First, organizational cynicism has positive influence on employee procrastination. Second, employee procrastination has positive influence on intention to leave. Third, employee procrastination has negative influence on in-role performance. Fourth, as additional finding as a result of model modification, contrary to established theory, employee cynicism has positive influence on performance.

Keywords: *organizational cynicism, employee procrastination, intention to leave, and in-role performance*

[019]

Simulasi Resolusi Konflik Dalam Diskusi Kelompok

Raden Teja Yokanan

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Immanuel, Yogyakarta, Indonesia
teja.yokanan@ukrimuniversity.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi kasus simulasi resolusi konflik secara individual dan kelompok. Tujuannya adalah untuk menentukan kontinum peringkat satu hingga lima dari lima karakter yang berbeda dalam studi kasus “Si Gadis dan Pelaut”. Skala pengukuran yang digunakan adalah *rating scale* dari yang ‘paling disukai’ diberi peringkat 1 (satu) sampai yang ‘paling tidak disukai’ diberi peringkat 5 (lima). Penelitian melibatkan 34 orang peserta yang dibagi ke dalam enam kelompok diskusi dimana satu kelompok terdiri atas lima hingga enam orang. Masing-masing peserta diberikan formulir kuesioner untuk jawaban pribadi dan setiap kelompok diberi formulir kuesioner untuk jawaban diskusi yang disepakati kelompok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 32 peserta ‘setuju’ bahwa karakter yang ‘paling tidak disukai’ adalah “Pelaut” sebagai jawaban secara individual. Individu yang sudah membuat peringkat selanjutnya melakukan diskusi dan debat dalam kelompoknya masing-masing. Hasil kesepakatan dari ke-enam kelompok ternyata juga ‘setuju’ bahwa karakter yang ‘paling tidak disukai’ adalah “Pelaut”. Selanjutnya adalah karakter yang ‘paling disukai’ menurut pendapat individu adalah karakter “Orang tua” yaitu sebanyak 17 orang. Lain halnya menurut pendapat kelompok menunjukkan hasil berbeda, yaitu: tiga kelompok memilih karakter ‘yang paling disukai’ adalah ‘Orang tua’ sedangkan tiga kelompok lainnya memilih ‘Sahabat si Tunangan’.

Kata kunci: konflik, gaya resolusi konflik

[021]

Mediasi Keterikatan Pekerjaan pada Dukungan Organisasi yang Dirasakan Terhadap Nilai Kesesuaian dan *Organizational Citizenship Behavior*

Nala Tri Kusuma¹, Ignatius Soni Kurniawan², Jajuk Herawati³
^{1,2,3}Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta
*corresponding author's: nala.kusuma@ustjogja.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze whether work engagement mediates perceived organizational support toward value congruence and organizational citizenship of SMEs in Yogyakarta. The sampling method of this research used convenience sampling by spreading questionnaire. Total of the sample were 100 respondents. The result showed that the relationship between perceived organizational support and value congruence was partially mediated by work engagement. Furthermore, this research also proved that work engagement partially has not mediated the relationship between perceived organizational support and organizational citizenship behavior. Implications of the findings suggest strengthening perceived organizational support and work engagement consistently in increasing organizational citizenship behavior in the organization.

Keywords : *perceived organizational support, work engagement, value congruence, and organizational citizenship behavior.*

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[026]

Analisis Pengaruh *Educational* dan *Economic Empowerment* pada *New Venture Creation* dengan Peran Moderasi *Entrepreneurial Self-Efficacy* di Pesisir Bantul

Noormalita Primandaru

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
noormalita90@gmail.com

ABSTRACT

The current condition of women in the Bantul Coast has low knowledge, skills, creative attitudes and aspirations, which results in many women living in poverty. Therefore women on the coast need to be empowered. Women's empowerment that needs to be done is empowerment in the economic field which is useful for overcoming poverty and education that is useful for developing organizational skills. This study aims to examine the effect of education empowerment and economic empowerment on new venture creation and entrepreneurial self-efficacy as moderating variables in women on the Bantul coast. This research is expected to be able to provide additional empirical evidence to strengthen the concepts and theories regarding the factors that influence women's empowerment towards new venture creation and entrepreneurial self-efficacy and the application of these contents to the community. This study explains the influence between variables, the research design used is research confirmatory The settings used are natural settings which are also called field research. In terms of time dimension, this research is included in the cross-sectional research category. The sampling technique uses non probability sampling type purposive sampling. The sample in this study are women who are members of the Family Welfare Development (PKK) group in the coastal village of Bantul. The analytical model used is the Partial Least Square (PLS). The results of this study are the first effect of economic empowerment on new venture creation, the second is the effect of educational empowerment on new venture creation, and the third is entrepreneurial self-efficacy moderating the effect of education empowerment and economic empowerment on new venture creation.

Keywords: *education empowerment, economic empowerment, new venture creation, entrepreneurial self-efficacy, coastal area*

[027]

**Pengaruh Komitmen, Kompetensi dan Motivasi
Terhadap Kinerja Pegawai di Badan Pengelola
Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD)
Kabupaten Musi Rawas**

Yohanes Susanto¹, Edy Wijaya², Irwan Pancasila³

^{1,2}Universitas Bina Insan Lubuklinggau email:susantoyohanes60@gmail.com.

³Universitas Tridinanti Palembang)

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui besaran pengaruh Komitmen, Kompetensi dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kabupaten Musi Rawas Penelitian ini menggunakan metode asosiatif kuantitatif, dengan menghubungkan variabel bebas dengan variabel terikat, penelitian ini dilakukan dengan bagikan kuesioner kepada pegawai dengan sampel sebanyak 34 responden, teknis analisis pada penelitian ini menggunakan teknik statistik analisis regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS 20,0, Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil penelitian yang diperoleh adalah 1). Uji Simultan (Uji F) Komitmen, Kompetensi dan Motivasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja pegawai 2). Uji Simultan (Uji F) Komitmen, dan Kompetensi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja pegawai 3). Uji Simultan (Uji F) Komitmen, dan Motivasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja pegawai 4). Uji Simultan (Uji F) Kompetensi dan Motivasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja pegawai 5). Uji parsial (Uji t) yang dilakukan membuktikan Komitmen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja 6). Uji parsial (Uji t) yang dilakukan membuktikan Kompetensi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja pegawai 7). Uji parsial (Uji t) yang dilakukan membuktikan Motivasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja pegawai.

Kata Kunci : Komitmen, Kompetensi, Motivasi dan Kinerja

[030]

Analisis Loyalitas Guru Honorer Pada SMA Swasta (Studi Kasus Pada SMA NU 1 Gresik)

Maulidyah Amalina Rizqi¹, Choiril Supianto Arief Candra²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Gresik, Jawa Timur, Indonesia,
maulidyah@umg.ac.id, ariefcandra86@gmail.com

ABSTRAK

Banyaknya guru honorer yang sudah mengabdikan diri di SMA NU 1 Gresik selama lebih dari 5 tahun pada SMA NU 1 Gresik. Peneliti menemukan *research gap*, dimana dalam penelitian Mustika (2020), menyebutkan bahwa dimana semakin tinggi *reward* akan semakin tinggi pula loyalitas karyawan, sedangkan fenomena yang terjadi di SMA NU 1 Gresik adalah guru honorer tetap loyal terhadap sekolah meskipun *reward* yang mereka terima relatif kecil dan pastinya lebih kecil dibandingkan dengan *reward* yang diterima guru tetap sertifikasi dan guru tetap yayasan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan guru honorer memiliki loyalitas pada SMA NU 1 Gresik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Guru honorer yang sudah mengabdikan diri selama lebih dari 5 tahun pada SMA NU 1 Gresik yang berjumlah 6 Guru. Teknik pengumpulan data adalah wawancara dengan pendekatan sumber. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai alasan guru honorer memiliki loyalitas pada SMA NU 1 Gresik, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa alasan guru honorer memiliki loyalitas pada SMA NU 1 Gresik dikarenakan lingkungan sekolah yang nyaman dari segi fisik maupun non fisik, dedikasi untuk dunia pendidikan, serta *reward* yang cukup. Batasan Penelitian yang dimiliki adalah kondisi Pandemi *covid-19* yang membuat peneliti kesulitan untuk mengumpulkan data, dikarenakan harus membuat janji dengan para informan sebelum melakukan wawancara di SMA NU 1 Gresik, karena rata-rata guru bekerja dari rumah dan hanya beberapa hari sekali melaksanakan tugas di sekolah.

Kata kunci: Loyalitas, Guru, Honorer

[034]

**Peran *Effort* Kerja Terhadap Pencapaian Keberhasilan Usaha Penjual Sayur Keliling
(Studi Dusun Perujakan Kelurahan Sinduharjo Ngaglik Sleman)**

Prayekti¹, Epsilandri Septyarini²

^{1,2}Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta
yekti@ustjogja.ac.id, epsilandriseptyarini@ustjogja.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran peran effort kerja penjual sayur, selain itu untuk mengetahui peran effort kerja terhadap pencapaian keberhasilan usaha penjual sayur serta untuk mengetahui tingkat effort kerja penjual sayur.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan variabel penelitian Effort Kerja, dan Keberhasilan Usaha. Subyek penelitian adalah penjual sayur keliling di dusun Perujakan Sinduharjo Ngaglik Sleman. Pengambilan sumber data penelitian menggunakan teknik “purpose sampling”. Pengumpulan data menggunakan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada konsep Milles & Huberman yaitu interactive model.

Gambaran dari effort kerja diawali dengan adanya keinginan yang kuat serta disiplin yang tinggi untuk dapat bekerja secara mandiri, mengelola usaha sendiri sehingga memilih untuk wirausaha. Ide untuk membuka usaha sebagai penjual sayur keliling berasal dari diri sendiri dengan diinspirasi oleh orang lain yang juga membuka usaha yang sama yang dapat memenuhi kebutuhan hidup. Selain itu dalam mencari pasaran harus memiliki motif pada produk yaitu pada barang jualannya, dengan memberikan yang terbaik serta dengan kemasan yang baik ke pelanggan, mengikuti selera konsumen, harga yang murah tetapi penyajian baik, dengan konsumen harus ramah dengan begitu konsumen akan datang kembali sehingga menjadi pelanggan. Usaha ini relatif tidak memerlukan banyak modal, dan usaha ini menanggung resiko yang kecil serta dalam menjalankan usaha tidak terikat dengan dengan waktu.

Tingkat effort kerja wirausaha membuka usaha sebagai penjual sayur keliling dengan melihat dari pengalaman yang sudah dijalani, yaitu Medi sudah menggeluti membuka usaha sebagai penjual sayur keliling selama 16 tahun dan Hardi sudah 7 tahun menjalani profesi sebagai penjual sayur keliling. Selain itu berbagai risiko yang menghambat usahanya juga dapat diatasi dengan baik maka tingkat effort kerja dapat dikatakan sangat kuat.

Kata kunci : *Effort* Kerja, Keberhasilan Usaha, Penjual Sayur Keliling

[040]

**Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja
pada Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja
Sebagai Variabel *Intervening*
(Studi pada CV. Cipta Usaha Mandiri)**

Tatag Abdan Istaghfara¹, Andriyastuti Suratman²^{1,2}Universitas Islam Indonesia¹tatagabdan@gmail.com, ²andri_suratman@uui.ac.id**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keselamatan kerja dan kesehatan kerja pada kinerja dengan kepuasan kerja sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data primer. Teknik pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* pada 64 karyawan di CV. Cipta Usaha Mandiri, Kabupaten Temanggung. Dari total kuesioner yang disebar kembali sebanyak 59 kuesioner. Analisis data menggunakan program statistik SPSS 25, dengan analisis regresi linier berganda serta melakukan uji analisis jalur untuk uji mediasinya. Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh dari K3 pada kepuasan kerja, pengaruh dari K3 pada kinerja, adanya pengaruh kepuasan terhadap kinerjanya dan terdapat pula pengaruh keselamatan kerja dan kesehatan kerja pada kinerja dengan kepuasan kerja sebagai variabel *intervening*. Seluruh koefisien bernilai positif yang menunjukkan adanya pengaruh positif, sedangkan pengaruh tidak langsung keselamatan kerja dan kesehatan kerja pada kinerja melalui kepuasan kerja memiliki pengaruh yang tidak sebesar pengaruh langsung baik keselamatan kerja dan kesehatan kerja pada kinerja.

Kata kunci : K3, Kepuasan Kerja, Kinerja.

[041]

**Perilaku Etis Mahasiswa Akuntansi Ditinjau dari *Moral Reasoning*,
Kecerdasan Spiritual, dan *Ethical Sensitivity***

**Meiliyah Ariani¹, Zulhawati²Jeska
Athalia Stephanie Saisarima³**

^{1,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof.
Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta

²Universitas Teknologi Yogyakarta

*meiliyahariannie@yahoo.co.uk, zulhawati@gmail.com, jeskathalia@ymail.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *moral reasoning*, kecerdasan *spiritual*, dan *ethical sensitivity* terhadap perilaku etis mahasiswa akuntansi Universitas Budi Luhur.

Metode sampel yang dilakukan dengan purposive sampling. Jumlah mahasiswa yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa Universitas Budi Luhur, semester IV, VI, dan VIII. Data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *moral reasoning*, kecerdasan *spiritual*, dan *ethical sensitivity* secara keseluruhan (simultan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku etis mahasiswa akuntansi. Secara parsial, penelitian ini menunjukkan bahwa *moral reasoning*, kecerdasan *spiritual*, dan *ethical sensitivity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku etis mahasiswa akuntansi.

Kata kunci: *Moral reasoning*, kecerdasan *spiritual*, *ethical sensitivity*, perilaku etis.

[042]

Pengaruh *Adversity Quotient*, Efikasi Diri dan *Need for Achievement* Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Raditya Aji Rusdiyana¹, Ani Muttaqiyathun²
^{1,2}Universitas Ahmad Dahlan
animtq@mgm.uad.ac.id

ABSTRAK

Pembangunan akan berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuka lapangan kerja. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia dan pengawasan. Wirausahawan merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam kualitas wirausahawan itu sendiri. Sekarang ini, kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan kualitasnya belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *adversity quotient*, efikasi diri dan *need for achievement* terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa program studi Manajemen Universitas Ahmad Dahlan angkatan tahun 2016. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi Manajemen angkatan tahun 2016 sebanyak 270 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 152 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu mahasiswa program studi Manajemen angkatan 2016 yang telah menempuh studi tentang kewirausahaan. Alat analisis data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam pengujian baik secara parsial maupun simultan *adversity quotient*, efikasi diri dan *need for achievement* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Kata Kunci: *Adversity Quotient*, Efikasi Diri, *Need for Achievement*, Intensi Berwirausaha

[043]

Model Peningkatan Kinerja Melalui Kapabilitas Sumber Daya Manusia pada Sektor Pariwisata di Taman Nasional Teluk Cendrawasih Distrik Yaur Papua

Riko Gesmani
Universitas Kristen Immanuel
rikogesmanibima@gmail.com

ABSTRAK

Destinasi wisata menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun, dimana wilayah wisata yang tertata secara baik memberikan kontribusi dalam pariwisata yang berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat. Perairan Kali Lemon yang terletak di Distrik Yaur Kabupaten Nabire dan berada di Taman Nasional Teluk Cenderawasih Papua memiliki potensi pengembangan wisata yang sangat menarik, yaitu dengan munculnya ikan hiu paus (*Rhincodon typus*) yang menetap sepanjang tahun di perairan tersebut. Ikan hiu paus memiliki daya tarik wisata karena sebagai ikan yang paling besar dalam kelas hiu dan tidak berbahaya bagi penyelam yang mendekatinya karena hiu paus adalah pemakan plankton sehingga giginya termodifikasi sangat kecil.

Kehadiran hiu paus di perairan Kali Lemon belum sepenuhnya dikelola secara baik untuk kepentingan destinasi wisata sehingga secara ekonomi belum memberikan kontribusi penting bagi masyarakat untuk peningkatan pendapatan maupun Pemerintah Kabupaten Nabire. Hal ini menunjukkan adanya kelemahan dalam pengelolaan sumberdaya alam yang memiliki daya tarik wisata oleh pemangku kepentingan maupun Pemerintah Kabupaten Nabire.

Penetapan kawasan konservasi Taman Nasional Teluk Cenderawasih memiliki nilai keuntungan bagi perlindungan jenis-jenis hewan maupun ekosistem laut karena pengelolaan dan pemanfaatan dalam kawasan tersebut telah diatur oleh undang-undang sehingga pengembangan destinasi wisata ikan hiu paus yang berada dalam kawasan konservasi Taman Nasional Teluk Cenderawasih lebih terorganisir secara aturan.

Sumberdaya manusia terutama masyarakat adat yang bermukim di sekitar perairan Kali Lemon dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata ikan hiu paus belum optimal karena keterbatasan kemampuan tentang kepariwisataan. Disisi lain, kehadiran atau munculnya ikan hiu paus mengharuskan adanya pemandu wisata yang berasal dari masyarakat setempat.

Penelitian ini difokuskan menguji keterkaitan sumber daya aparatur, sumber daya industri (mitra usaha) dan masyarakat terhadap kapabilitas sumber daya manusia dan pengaruhnya terhadap kinerja sektor pariwisata. Penelitian dilakukan di Taman Nasional Teluk Cendrawasih Distrik Yaur Kabupaten Wandamen dan Kabupaten Nabire Papua. Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan dua model teknik analisa data yaitu analisa deskriptif dan Structural Equation Model (SEM).

Kata kunci : Kinerja, Kapabilitas Sumberdaya Manusia, Pariwisata Berkelanjutan

[045]

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Di PT Toa Galva Industries)

Redi Wahyuna¹, Rachmatulaily Tinakartika Rinda², Muhammad Zakie Hanifan³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia
rewa93@gmail.com, lailyrinda@yahoo.com, muzaki1803@gmail.com

ABSTRAK

Gaya kepemimpinan transformasional yang sesuai dan kompensasi yang dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup karyawan akan sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan di dalam bekerja, hal ini dapat dilihat dari kualitas kerja, keefektifan kerja dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan transformasional dan kompensasi terhadap kinerja karyawan di PT TOA GALVA Industries.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan PT TOA Galva Industries sebanyak 752 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik random sampling dengan jumlah sampel sebesar 90 orang responden.

Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan, (2) kompensasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan, dan (3) gaya kepemimpinan transformasional dan kompensasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan di PT TOA GALVA Industries.

Kata kunci : gaya kepemimpinan transformasional, kompensasi, kinerja karyawan, kuantitatif, asosiatif kausal

[051]

**Pengaruh Pelatihan Good Manufacturing Practices (GMP) dan
Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Level 5 Pada PT.
Quindofood Sentul Selatan Bogor**

M. Azis Firdaus¹, Rachmatullaily Tina Kartika Rinda²
^{1,2}Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pelatihan Good Manufacturing Practices (GMP) dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan Level 5 pada PT. Quindofood Sentul Selatan Bogor. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik sampling jenuh sebanyak 40 responden. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara pelatihan dan kompensasi terhadap kinerja karyawan adalah sangat kuat, berarti bersama – sama kenaikan pelatihan dan kompensasi menyebabkan kenaikan kinerja karyawan. Pada uji hipotesis terdapat pengaruh yang signifikan antara pelatihan dan kompensasi secara bersama – sama terhadap kinerja karyawan. Pada koefisien determinasi memberikan arti bahwa besarnya pelatihan dan kompensasi secara bersama – sama terhadap kinerja karyawan, sedangkan sebagian dipengaruhi oleh faktor – faktor lain.

Kata kunci : Pelatihan; Kompensasi; Kinerja Karyawan.

[057]

Dampak Penilaian Kinerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Eastparc Yogyakarta Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja

Aldila Ayuning Budi¹

Andriyastuti Suratman²

^{1,2}Universitas Islam Indonesia

dila.aldila22@gmail.com¹, andri_suratman@uii.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh penilaian kinerja dan kompensasi pada kinerja karyawan melalui kepuasan kerja sebagai variabel intervening di Hotel Eastparc, Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini sebanyak 150 responden yang merupakan karyawan tetap maupun kontrak Hotel Eastparc Yogyakarta. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t, uji F, analisis regresi berganda, dan analisis path. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penilaian kinerja tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, penilaian kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, penilaian kinerja memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja, dan kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja.

Kata Kunci : kompensasi, penilaian, kepuasan kerja, kinerja.

[058]

Pengaruh *Trainer Reputation* dan *Political Career Planning* Terhadap *Pretraining Motivation* dan *Perceived Training Transfer* dengan *Pengalaman Berorganisasi* dan *Loyalitas Kader* Sebagai Variabel *Pemoderasi* (Kasus Pada Partai Solidaritas Indonesia)

Bianka Andriyani

STIE YKPN, Yogyakarta, Indonesia
biankaandriyani@stieykpn.ac.id

ABSTRACT

Partai Solidaritas Indonesia as a political organization always giving such as training activity for improving member's quality and surprisingly the training activity is able in resulting a lot of member who has a good quality. The aim of the research is to test the effect of trainer's reputation and political career's on pre-training motivation and the understandability of training material with organization's experience and member's loyalty as the moderating variable. This research shows that trainer's reputation doesn't have positive effect on pre-training motivation. Another result show that political career's planning have positive effect on pre-training motivation and then pre-training motivation giving a positive effect on the understandability of training material. The research also find's that organization's experience doesn't moderate the positive effect of trainer's reputation on pre-training motivation. Another result also shows that organization's experience is able to moderate the positive effect of political career's planning on pre-training motivation and organization's experience is able to moderate the positive effect of pre-training motivation on the understandability of training's material. This research shows that member's loyalty doesn't able to moderate the positive effect of trainer's reputation on pre-training motivation. The member's loyalty is able to moderate the positive effect of political career planning on pre-training motivation and also member's loyalty is able to moderate the positive effect of pre-training motivation and also member's loyalty is able to moderate the positive effect of pre-training motivation on the understandability of training's material.

Keywords: *trainer's reputation, political career's planning, pre-training motivation, the understandability of training's material, organization experience, member's loyalty.*

[059]

**Analisis Pengaruh Keterlibatan Kognitif, Keterlibatan Emosional, dan Kelelahan Emosional terhadap Kepuasan Kerja, Dimoderasi oleh Variable Sinisme
Studi Pada Institusi Pendidikan di Indonesia**

Heni Kusumawati

STIE YKPN Yogyakarta, Indonesia
heni.kusumawati89@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence of the relationship of Cognitive Engagement, Emotional Engagement and Emotional Exhaustion to Job Satisfaction, moderated by Cynicism. The sample of the study was 200 educators and staff in educational institutions in Yogyakarta, Central Java and East Java, Indonesia. The research sampling method is purposive sampling. All data used in this study meet the validity, reliability and normality testing requirements, so that further hypothesis testing can be done. Data analysis using Confirmatory Analysis, SEM.

The findings that support the research hypothesis are: a) Emotional Engagement has a significant and positive effect on employee job satisfaction and b) Emotional Exhaustion has a significant effect on the direction of a negative relationship on job satisfaction. While the Cognitive Engagement variable has no significant effect on job satisfaction with the direction of a positive relationship. To get the support of the relationship between the independent variables and the dependent variable, moderation variables are added, namely cynicism. The moderation variable is used to strengthen or weaken the relationship between one variable and another. Findings on the role of the cynicism variable as a moderating variable indicate that: a) the Cynicism variable is able to moderate the relationship between Emotional Engagement on Job Satisfaction with positive support, and b) the cynicism variable is able to moderate the relationship between Emotional Exhaustion, with negative support.

Keywords: *Cognitive Engagement, Emotional Engagement, Emotional Exhaustion, Cynicism and Job Satisfaction*

[060]

**Harmonisasi Manusia dan Lingkungan:
Strategi Pelatihan dan Pengembangan dengan Perspektif *Green
Human Resource Management***

Arlita Nur Akhsana¹, Trias Setiawati²

^{1,2} Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
trias.setiawati@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian berjudul “*Harmonisasi Manusia dan Lingkungan: Strategi Pelatihan dan Pengembangan dengan Perspektif Green Human Resources Management (GHRM) pada Wahana Taman Pintar Yogyakarta (WTPY)*”. Tujuan untuk mengetahui proses perumusan, implementasi dan evaluasi strategi pelatihan dan pengembangan karyawan dengan perspektif lingkungan. Pendekatan metode kualitatif dan metode pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Narasumber tujuh orang. Uji keabsahan data, uji kredibilitas dan uji *transferability*. Metode pengujian data triangulasi, analisis dengan reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Perumusan strategi yaitu, kesesuaian misi dan budaya kerja, proyek perubahan, keputusan rapat, wisata edukasi milik Pemkot dan WTPY dikelola dengan PKK-BLUD serta terdapat sebuah program utama yaitu *Integrated Eco Management (IEM)*. Serupa Kaplan dan Hurd (2002), Guest *et al* (2000), Sopiah (2018), Schuler (dalam Mangkuprawi 2003), David (2006), Bohlander dan Snell (2013), Jabbour *et al.* (2010 dalam Wells 2018), dan Kuncoro (2006), Jabbour *et al.* (2010 dalam Wells 2018), Elkington (1997 dalam Wibisono 2007), Tariq *et al.* (2016), Jeffrey (2001), Boxall (dalam Armstrong *et al* 2008), Miryala (2016), dan Wells (2018), namun tidak serupa dengan teori Muhammad (2013). Implementasi strategi yaitu sosialisasi struktur karyawan secara internal, pelatihan yang bekerjasama dengan PIAT UGM, dan mengedukasi masyarakat. Sama dengan teori Bohlander dan Snell (2013), Noe (2010), Wells *et al.* (2018), Miryala (2016), Jabbour (2013), Armstrong (2003), dan Marhatta & Adhikari (2013 dalam Miryala 2016). Evaluasi strategi yaitu objek evaluasi terdiri dari tiga program *Integrated Eco Management*. Serta evaluator yang terdiri dari rakortas dan rapel. Sesuai teori David (2006), Wells (2018), Bohlander dan Snell (2013) dan teori Noe (2010).

Kata kunci: *Green human resource management, Strategic human resource management, Training and Development*

[086]

Model Peningkatan Kinerja UMKM Melalui *Digital Transformation* di Masa Pandemi

Diah Ayu Kusumawati

*Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang
diahayuk@unissula.ac.id*

ABSTRAK

Masa pandemi menjadi masa yang terberat bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk menjaga kestabilan kinerjanya. UMKM di Indonesia memiliki peran yang strategis dalam meningkatkan Perekonomian Nasional oleh karena itu diperlukan kontribusi berbagai pihak dalam upaya peningkatan kinerjanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah model dalam peningkatan kinerja SME's melalui *digital transformation*. Perubahan secara digital ini sangat diperlukan bagi UMKM dalam meningkatkan kesiapan untuk menghadapi masa pandemi saat ini karena keterbatasan ruang gerak bagi UMKM. Peningkatan *digital transformation* pada UMKM perlu dukungan dari *digital skill* dan *workforce transformation* dari sumber daya manusia yang dimiliki UMKM sehingga akan memicu peningkatan kinerja UMKM. Penelitian ini dilakukan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 250 UMKM di Jawa Tengah. Analisis data penelitian dilakukan dengan pengujian *Structural Equational Modelling* (SEM) dan menggunakan pendekatan varians (*partial least square*), kemudian pengolahan data didukung dengan aplikasi Smart PLS. Hasil menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja UMKM dapat ditingkatkan melalui *Digital transformation*. Dan dalam meningkatkan *digital transformation* melalui kesiapan *digital skill* dan melakukan *workforce transformation* SDM, sehingga UMKM lebih mampu bersaing dan beradaptasi di masa pandemi.

Kata kunci: *Digital skill, Workforce transformation, Digital transformation, MSMEs Performance, Pandemic.*

[094]

Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Prestasi Kerja

Irma Septiani¹, Syahrums Agung², Ecin Kuraesin³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia
Irmaseptiani2509@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pelatihan dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Prestasi Kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pendekatan skala likert. Analisis data yang digunakan adalah perhitungan analisis kolerasi, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis simultan (F) dan Parsial (T) dengan menggunakan aplikasi komputer. Hasil pelatihan dan Motivasi ekstrinsik terhadap Prestasi Kerja $F_{hitung} = 8,252 > f_{tabel} = 3,14$ maka adanya pengaruh signifikan pelatihan dan motivasi ekstrinsik terhadap prestasi kerja.

Kata kunci: Pelatihan, Motivasi Ekstrinsik, Prestasi kerja

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[104]

The Influence of Corporate Culture On Work Motivation and Employee Performance of PT. ABX

Abdul Choliq Hidayat¹, Aftoni Sutanto², Fitroh Adilla³

*^{1,2,3} Lecturers of Universitas Ahmad Dahlan
hacholiqh@gmail.com*

ABSTRACT

The purposes of this research were to examine and analyze the influence of the following variables: 1. Corporate Culture on Work Motivation; 2. Corporate Culture on Employee Performance; and 3. Work Motivation on Employee Performance of PT ABX. The study was conducted in PT ABX in Kalimantan. The total number of samples was 198 respondents and the population consisted of 1,465 employees, obtained by using proportional stratified random sampling. Data analysis used Structural Equation Modelling (SEM), assisted by software program AMOS. Based on research data, analysis and discussion, the results were: The indicators on Corporate Culture variables that contributed the largest and were favored by the employees of PT ABX were competitive culture (arithmetic mean) and Entrepreneurship (confirmatory factor analysis). The variable of Work Motivation was the affiliation (arithmetic mean) and competence (confirmatory factor analysis). Meanwhile, the variable of Employee Performance, was the use of time for employees. Corporate Culture can enhance Employee Performance through increasing Work Motivation. The Employee Performance of PT ABX can not be influenced by the Corporate Culture directly. It is suggested that the Management of PT ABX give attention by conducting comprehensive research and scientific steps to make changes in Human Resources Management, especially in revitalizing its Corporate Culture so that the company's objective, vision and mission can be achieved well.

Keywords: *corporate culture, motivation, employee performance.*

[105]

**Management analysis of Organizing and Public Contribution of
“Pondok Tetirah Dzikir” Borstal Rehabilitation**

Abdul Choliq Hidayat¹, Aulia², Aftoni Sutanto³

^{1,2,3}Lecturers of Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia
hacholiqh@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research was to express the effort that someone independently gives alternative solution of crazy person rehabilitation of neuro-insane or narcoticaaholic, or others. “Pondok Tetirah Dzikir” Borstal Rehabilitation nowadays has 70 persons to berehabilitated and facilitated with financially independentas the aim, using method of Inabah Suryalaya, Tasikmalaya. The method is Thariqah Qadiriyyah Wa Naqsyabandiyah, by doing Shalah (praying), Shaum (fasting), Dzikir, reading Al-Qur’an, Taubah bath, and soon. The result was 38 persons are rehabilitatedand live normal lives. Method of this research was qualitative approach, survey, interview and exploration. This research proved that this institution practiced the modern management philosophy: planning, organizing, actuating, and evaluating. People can do the same method and effort. This research explored the way of management sight to figure out organizing and contributing borstal rehabilitation, in order to encourage people to participate and contribute. The basic philosophy of patient rehabilitation is humanistic treatment, high empathy, brotherhood, not really insane, not exiled person, et cetera. But feel homy, freely to act, needness of each other, humanistic exploration, take and give to each other. Hopefully, others can do the same thing as the institution do.

Keywords: management, rehabilitation, participation.

[120]

**Wanita Karir:
Dilema Orientasi Keluarga dan Pekerjaan****Tiara Hayyu Wijaya¹, Arif Hartono²**^{1,2}Prodi Manajemen FBE UII Yogyakarta, Indonesia
*arifhartono@uii.ac.id***ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk memahami konflik keluarga yang kemudian berimplikasi pada performa wanita di tempat kerja. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode pengumpulan data yang utama dilakukan dengan wawancara. Untuk menjamin kesahihan data dilakukan Uji keabsahan data dengan uji kredibilitas dan uji *transferability*. Setelah data diyakini kredibilitasnya, maka data kemudian dianalisis dengan tahapan: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menghasilkan temuan dampak konflik keluarga pada karyawan dapat diidentifikasi dalam tiga kelompok, yaitu: kelelahan fisik, tekanan psikologis, dan intensi *turnover*. Adapun caramengatasi konflik keluarga dan pekerjaan tersebut adalah dengan membangun komunikasi dan danya dukungan sosial keluarga dan kerabat. Bila sudah pada titik tertentu, hal lain yang biasanya dilakukan karyawan adalah mengajukan ijin tidak bekerja dan menambah waktu cuti.

Kata kunci: *Family Work Conflic (FWC), Wanita karir, Work Family Conflict (WFC)*

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[121]

Pengaruh Keadilan Kompensasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Perusahaan Swasta

Marvianni Selmi Agatha Siba¹, Januari Ayu^{2*}, Lukas Purwoto³

^{1,2,3}*Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*

**januariayu@usd.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keadilan kompensasi dan kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi. Sampel dalam penelitian ini adalah para karyawan PT Ithikhara yang berjumlah 50 orang. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan regresi berganda yang dilakukan dengan bantuan program komputer IBM SPSS versi 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari keadilan kompensasi terhadap komitmen organisasi. Sedangkan untuk kepuasan kerja ditemukan adanya pengaruh yang signifikan terhadap komitmen organisasi.

Kata kunci: keadilan kompensasi, kepuasan kerja, komitmen organisasi.

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[054]

Penguatan Ekosistem Digital bagi UKM Melalui Kesiapan untuk Berubah dan Kepemimpinan yang Lincah

Hasan Abdul Rozak¹, Ardian Adhiatma², Ika Rosyada Fitriati³

^{1,3} *Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank (UNISBANK)*

² *Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)*

¹ *hasanarozak@edu.unisbank.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis hubungan antara kesiapan untuk berubah dan kepemimpinan yang lincah terhadap kapabilitas dinamis UKM. Selanjutnya, penelitian ini juga mengkaji pengaruh kapabilitas dinamis pada penguatan ekosistem digital UKM. Jika UKM memiliki kesiapan untuk berubah dan memiliki kepemimpinan yang lincah maka akan meningkatkan kapabilitas dinamis UKM. Kapabilitas dinamis yang dimiliki UKM ini pada akhirnya akan meningkatkan kehidupan dan keberlangsungan jangka panjang UKM di dunia digital. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* untuk menganalisis peningkatan digital ekosistem pada UKM. Penelitian ini menggunakan metode analisis dalam mengelola data dan untuk menguji hipotesis dengan *The Structural Equational Modelling* (SEM) yang dioperasikan melalui program *Partial Least Squares* (PLS). Teknik sampling menggunakan *nonrandom sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari 250 UKM di Jawa Tengah melalui kuesioner. Analisis data menggunakan WrapPLS 5. Hasil studi menunjukkan bahwa kesiapan untuk berubah dan kepemimpinan yang lincah mampu meningkatkan kapabilitas dinamis UKM. Meningkatnya kapabilitas dinamis yang dimiliki oleh para UKM terbukti mampu memperkuat ekosistem digital pada UKM. Hasil penelitian ini diharapkan memberi kontribusi pada UKM untuk memperkuat pertumbuhan perekonomian digital di Indonesia.

Kata Kunci: Kesiapan untuk berubah, Kepemimpinan yang lincah, Kapabilitas dinamis, Ekosistem digital, UKM

[061]

Inspirational Motivation, Creative Engagement dan Collaborative Agility Terhadap Daya Saing Global

Ratih Pratiwi¹, Rizky Rama Setyaky², M. Ikhsanuddin³, Riki Rahman Saputro⁴

^{1,2,3,4}Universitas Wahid Hasyim

¹rara@unwahas.ac.id, ²rizkyrama287@gmail.com, ³uddinkuddin100@gmail.com,

⁴rikiserikat45@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu UKM juga berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan dalam mewujudkan stabilitas ekonomi nasional. Disisi lain perkembangan era globalisasi menjadikan hubungan social serta saling ketergantungan antar negara dan antar manusia menjadi semakin tidak terbatas, dampaknya lingkungan persaingan global “pasar internasional” muncul di mana harga dan kondisi persaingan saling terkait erat. Lingkungan yang bersaing secara global akan mendorong daya saing perusahaan untuk dapat bersaing secara global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *collaborative agility*, *creative engagement* dan *inspirational motivation leadership* terhadap daya saing global. Penelitian ini dilakukan di 87 UKM di Jepara. Kemudian data diperoleh lalu diolah menggunakan *software* SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *collaborative agility* berpengaruh signifikan terhadap *creativity engagement* dan daya saing global. *Inspirational motivation leadership* meningkatkan *creativity engagement* dan daya saing global. Terakhir, hipotesis kelima juga diterima, *creative engagement* berpengaruh signifikan terhadap daya saing global. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah *collaborative agility* dan *inspirational motivation leadership* ditemukan menjadi pemicu keterlibatan kreativitas. Bagaimana pemimpin mampu menerapkan standar yang tinggi tetapi pada saat yang sama mampu mendorong bawahan untuk mencapai standar tersebut dan mampu menghasilkan optimisme serta semangat yang tinggi dari bawahan dan dampaknya akan meningkatkan keterikatan kreativitas serta inovasi global. Bagaimana UKM terlibat dalam proses kreativitas akan membuat perbedaan dalam menghasilkan produknya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: Daya Saing Global, *Collaborative Agility*, *Inspirational Motivation Leadership*, *Creativity Engagement*.

[114]

Jalan Berliku Menuju Pendapatan Tertinggi: Dialektika Antara Motivasi dan Resiko Keselamatan Kerja Pengemudi Go-Jek Saat Hujan

Amar Wali Bisowarno¹, Arif Hartono²

^{1,2}Universitas Islam Indonesia

¹*arifhartono@uii.ac.id*

ABSTRAK

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui makna bekerja pengemudi go-jek, terkhusus untuk mengetahui motivasi bekerja dan pertimbangan keselamatan kerja saat hujan. Studi ini dilakukan dengan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Untuk mengetahui keabsahan data digunakan uji kredibilitas dan uji transferabilitas. Metode pengujian data menggunakan triangulasi sedangkan metode analisis data menggunakan reduksi dan penyajian data. Studi ini menemukan bahwa motivasi pengemudi go-jek bekerja pada saat hujan adalah peluang kenaikan permintaan, peluang kenaikan harga kirim, peluang mendapatkan tip dari pelanggan, dan peluang mendapatkan penilaian yang baik dari konsumen. Sementara dilihat dari keselamatan dan kesehatan kerja (K3), pengemudi go-jek memekanai K3 saat hujan adalah dengan cara menggunakan kendaraan prima, mematuhi aturan rambu lalu lintas, menggunakan peralatan kerja yang aman, mengendarai kendaraan dengan hati-hati, terdapat tombol darurat pada aplikasi pengemudi, dan apabila hujan lebat pengemudi berhenti bekerja.

Kata kunci: Pengemudi Go-jek, Hujan, Motivasi kerja, K3.

[117]

Pengaruh *Perceived Organizational Support* dan Kepribadian Proaktif Terhadap Kreativitas Karyawan dengan *Meaning of Work* sebagai Pemediasi di Perusahaan Teknologi Informasi (TI) di Yogyakarta, Jakarta, Batam, Banten, dan Bogor

Zulfa Uliani¹, Handrio Adhi Pradana²

^{1,2}Universitas Islam Indonesia

¹*ulianizulfa@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *perceived organizational support* dan kepribadian proaktif terhadap kreativitas karyawan melalui *meaning of work* sebagai pemediasi di Perusahaan Teknologi Informasi (TI) Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer dalam pengambilan data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 155 responden yang bekerja di Perusahaan Teknologi Informasi (TI) di 5 kota yaitu, dari Yogyakarta, Jakarta, Batam, Banten, dan Bogor. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier dengan menggunakan *software SPSS 22* dalam mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *perceived organizational support* berpengaruh positif signifikan terhadap *meaning of work*. *Perceived organizational support* berpengaruh secara positif signifikan terhadap kreativitas karyawan. Kepribadian proaktif berpengaruh secara positif signifikan terhadap *meaning of work*. Kepribadian proaktif berpengaruh secara positif signifikan terhadap kreativitas karyawan. *Meaning of work* berpengaruh secara positif signifikan terhadap kreativitas karyawan. *Meaning of work* memediasi secara positif signifikan *perceived organizational support* terhadap kreativitas karyawan. *Meaning of work* memediasi secara positif signifikan kepribadian proaktif terhadap kreativitas karyawan.

Kata kunci: Kepribadian Proaktif, Kreativitas Karyawan, *Meaning of Work*, *Perceived Organizational Support*

[118]

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Efikasi-Diri Kreatif Terhadap Kreativitas Karuawan dengan Iklim Inovasi sebagai Variabel Pemediasi Pada Tenaga Pendidik di Institusi Pendidikan Formal

Nailah Adiebah¹, Handrio Adhi Pradana²

^{1,2}Universitas Islam Indonesia

¹*nailahadiebah@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepemimpinan transformasional dan efikasi-diri kreatif terhadap kreativitas karyawan melalui iklim inovasi sebagai variabel pemediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer dalam pengambilan data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 301 tenaga pendidik yang bekerja di Institusi Pendidikan Formal dari tingkat Taman Kanak-Kanak hingga Perguruan Tinggi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi dan analisis Baron dan Kenny untuk menguji variabel pemediasi dengan menggunakan *software SPSS 21* dalam mengelola data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas karyawan. Efikasi-diri kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas karyawan. Iklim inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas karyawan. Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap iklim inovasi. Efikasi-diri kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap iklim inovasi. Iklim inovasi memediasi secara parsial hubungan kepemimpinan transformasional terhadap kreativitas karyawan. Iklim inovasi memediasi secara parsial hubungan efikasi-diri kreatif terhadap kreativitas karyawan.

Kata kunci: Kreativitas Karyawan, Kepemimpinan Transformasional, Efikasi-Diri Kreatif, Iklim Inovasi

[119]

Review Deskriptif Antecedent Social Loafing di Era New Normal

Auliya Rosiana¹, Syamsul Hadi²
^{1,2}Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

ABSTRAK

Social loafing merupakan kecurangan beberapa anggota didalam kelompok kerja yang dapat menurunkan performa individu dan kelompok, *review* ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara konperhensif tentang *antecedentsocial loafing* di era *new normal* ini, dan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan penelitian di masa mendatang. Artikel ini menggunakan *review* deskriptif dalam sintesis data saat proses menggabungkan artikel yang diperoleh dari *digital library*. Hasil *review* deskriptif menunjukkan bahwa antecedent social loafing yang sering digunakan dalam setiap artikel di tahun 2020 yaitu keadilan organisasional, ketergantungan tugas, dan yang sangat jarang sekali yaitu penggunaan antecedent fisibilitas. Literatur mengenai *social loafing* sebagian besar berfokus pada efek kausalitas, dan sampai saat ini belum ditemukan artikel yang melakukan *review antecedent social loafing*, sehingga studi ini memiliki kontribusi pada khasanah keilmuan *social loafing*.

Kata Kunci: *Review article, social loafing, new normal era, antecedent, methodology review*

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[124]

**Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja, Motivasi Kerja
Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* Pegawai Kantor
Pemerintah Daerah Kabupaten Minahasa**

Bertha Ireni Mundung

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Manado, Sulawesi Utara, Indonesia
berthamundung@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah: menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas kehidupan kerja terhadap *organizational citizenship behavior*, menganalisis dan membuktikan pengaruh motivasi kerja terhadap *organizational citizenship behavior*, dan menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas kehidupan kerja terhadap motivasi kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (*kuantitative approach*) dengan metode *survey*. Sampel berjumlah 181 pegawai Kantor Pemerintahan Daerah Kabupaten Minahasa dengan instrumen kuesioner digunakan sebagai pengumpul data. Teknik analisis yang digunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil Penelitian: Pertama membuktikan kualitas kehidupan kerja berpengaruh langsung positif terhadap *Organizational Citizenship Behavior*; kedua menunjukkan bahwa motivasi kerja berpengaruh langsung positif terhadap *Organizational Citizenship Behavior*; ketiga menunjukkan bahwa kualitas kehidupan kerja berpengaruh langsung positif terhadap motivasi kerja. Hasil penelitian ini secara keseluruhan membuktikan bahwa *organizational citizenship behavior* pegawai Kantor Pemerintahan Daerah Kabupaten Minahasa, dipengaruhi oleh kualitas kehidupan kerja, dan motivasi kerja yang diperkuat oleh model empirik yang dibangun dengan analisis jalur (*path analysis*). Dengan kondisi demikian maka hasil penelitian ini menegaskan fakta empirik bahwa *organizational citizenship behavior* pegawai dapat ditingkatkan melalui kualitas kehidupan kerja dan motivasi kerja. Ini berarti pula bahwa untuk meningkatkan *organizational citizenship behavior* pegawai diperlukan perbaikan atau penyempurnaan kualitas kehidupan kerja, dan motivasi kerja. Dengan kondisi seperti ini, maka temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh kalangan praktisi untuk meningkatkan *organizational citizenship behavior* pegawai melalui perspektif kualitas kehidupan kerja, dan motivasi kerja, serta dijadikan acuan teoritik oleh kalangan akademisi dan peneliti yang berminat melakukan penelitian mengenai topik yang sama atau pengembangannya lebih lanjut.

Kata kunci: Kualitas Kehidupan Kerja, Motivasi Kerja, *Organizational Citizenship Behavior*

[038]

Pendesainan Model Bisnis Agile Berbasis Jejaring untuk Merespon Disrupsi Perubahan Lingkungan

Anjar Priyono^{1*}, Abdur Rafik²^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia*anjar.priyono@uii.ac.id*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana usaha kecil dan menengah (UKM) mengatasi perubahan lingkungan akibat melakukan transformasi model bisnis dengan meredesain model bisnisnya menjadi model bisnis agile. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan desain multi studi kasus dengan analisis kualitatif untuk menganalisis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan kunjungan lapangan. Tujuh UKM manufaktur dari Indonesia dipilih dengan menggunakan teknik pengambilan sampel teoretis, dengan tujuan untuk mencapai variasi antar kasus sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan logika replikasi. Analisis kami menunjukkan bahwa UKM melibatkan diri berbagai ekosistem bisnis dan jejaring bisnis untuk mendukung transisi menuju model bisnis agile. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa penerapan model bisnis agile juga memiliki beberapa dampak yang tidak diinginkan. Metode kualitatif studi kasus memungkinkan kami untuk melakukan analisis yang mendalam dan terperinci, tetapi memiliki kemampuan generalisasi yang tipis. Untuk mengatasi keterbatasan ini, penelitian selanjutnya dapat menggunakan survei yang mencakup berbagai industri untuk menguji teori yang diajukan memiliki dasar dari penelitian ini, sehingga generalisasi dapat terjamin.

Kata Kunci: inovasi model bisnis, teknologi digital, kapabilitas dinamis, orkestrasi sumber daya

[056]

Orkestrasi Kapabilitas Operasi dan Inovasi Dinamis pada *Socially Responsible Operations* dan *Innovation* Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Hadi Purnomo

Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Immanuel (UKRIM)

Email: hadipurnomoklaten@gmail.com

ABSTRAK

Kesadaran pada pentingnya *sustainability* merupakan tantangan bagi pemerintah Indonesia, dalam proses pembangunan nasional. Perkembangan ekonomi nasional Indonesia terus dipercepat dengan langkah strategis pemerintah meluncurkan program pembangunan ekonomi lokal Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Sesuai dengan tantangan yang disebut *business sustainability* (BS), manajemen BUMDes perlu merepresentasikan upaya tidak hanya berfokus pada profitabilitas, namun juga fokus pada pengelolaan ekonomi, sosial dan lingkungan (*economic, social and environmental*) yang mengarahkan *sustainability* dengan mengajukan modifikasi kapabilitas fungsional untuk ekonomi, lingkungan dan kompetensi sosial secara simultan, dengan berbasis kearifan lokal (*local wisdom*). Literatur *dynamic capability* memperlihatkan pentingnya *orchestration* untuk komplementer *ordinary* dan *dynamic signature capabilities* bagi *organizational knowledge creation* dalam inovasi. *Orchestration* dilakukan untuk mengintegrasikan *dynamic signature capabilities* dan *ordinary capabilities* guna mencapai keunggulan bersaing.

Paper ini merupakan usulan untuk penelitian lebih lanjut mengenai orkestrasi *dynamic* dan *operational capability* dan pengaruhnya pada kinerja *sustainability* (*economic, social dan environment*). Pentingnya *local wisdom* “hamamayu hayuning bawono” yang merupakan mutiara budaya Jawa, sebagai partisipasi unik yang dapat dikembangkan dalam melakukan inovasi di Indonesia. Ada 12 hipotesis yang diajukan, yang ditunjukkan dalam model penelitian. Populasi dalam penelitian ini merupakan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang ada di seluruh Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian organisasi yang diambil dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Responden meliputi seseorang yang menjadi manajer BUMDes. Uji hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan *regression analysis* dan *hierarchical mediated regression analysis*.

Kata kunci: *orchestration, dynamic capability, operation capability, innovation, BUMDes*

[070]

Analisis Penerapan Rantai Pasokan Berkelanjutan dan Dampaknya terhadap Pencapaian Keunggulan Kompetitif pada UMKM Konveksi di Desa Nogotirto

Maisaroh

Program Studi Manajemen Program Diploma Tiga FBE UII

Email: maisaroh@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, untuk menganalisis penerapan manajemen rantai pasokan berkelanjutan, dan dampaknya terhadap pencapaian keunggulan kompetitif industri konveksi di Dusun Mlangi Sawahan Nogotirto. Dengan menggunakan responden para pelaku yang terlibat dalam manajemen rantai pasokan industri konveksi Dusun Mlangi Sawahan Nogotirto, peneliti mencoba menganalisis tiga pertanyaan penelitian, pertama, bagaimana pola dan penerapan manajemen rantai pasokan berkelanjutan, kedua, apa saja faktor pendukung dan penghambatnya, serta ketiga, bagaimana dampaknya terhadap pencapaian keunggulan kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola manajemen rantai pasokan yang terbangun pada industri konveksi di Mlangi Sawahan Nogotirto melibatkan supplier utama, supplier perantara, kemudian industri konveksi itu sendiri, pedagang besar dan eceran, dan terakhir konsumen akhir. Dalam prakteknya, manajemen rantai pasokan pada industri konveksi Dusun Mlangi Sawahan Nogotirto sudah terintegrasi, baik secara aliran produk, aliran dana, maupun aliran informasinya, dari hulu ke hilir. Akan tetapi *strategic supplier planning* dan *strategic customer planning* belum terlaksanakan secara optimal. Industri konveksi di Mlangi Sawahan Nogotirto juga sudah menerapkan manajemen rantai pasokan berkelanjutan ditinjau dari aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan. Penerapan manajemen rantai pasokan berkelanjutan ini berdampak positif terhadap keunggulan kompetitif, dari sisi *kualitas dan delivery dependability*. Sementara untuk harga, inovasi produk, dan *time to market* masih belum tercapai keunggulan kompetitifnya. Keunggulan kompetitif secara kualitas tercapai dengan ditandai oleh posisi market leader produk di beberapa lokasi pemasaran, dan kualitas produk yang lebih baik dibanding kualitas produk konveksi dari wilayah lain. Sementara faktor keunggulan kompetitif dari *delivery dependability* tercapai karena kedekatan lokasi industri dengan supplier perantara dan dengan pedagang besar/eceran.

Kata kunci: Manajemen rantai pasokan berkelanjutan, integrasi manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif.

[075]

Halal Supply Chain Management dan Green Supply Chain Management Terhadap Kinerja UKM Industri Kuliner

Dessy Isfianadewi^{1*}, Muhammad Haikal Makarin²

^{1,2}Universitas Islam Indonesia

**dessy.isfianadewi@uii.ac.id*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *halal supply chain management* dan *green supply chain management* terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode regresi linear berganda sebagai metode analisis data. Populasi penelitian ini adalah UKM Industri Kuliner. Sampel penelitian sebanyak 191 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik pengumpulan sampel *purposive sampling*. Sampel dipilih jika memenuhi kriteria, UKM sudah berjalan minimal satu tahun dan menggunakan sistem halal. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang menggunakan 5 skala Likert kepada pemilik atau manajer UKM. Seluruh data dalam penelitian ini valid dan *reliable*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS. Hasil penelitian ditemukan bahwa bahwa terdapat pengaruh positif antara *cleanliness, safety, storage & transport, training & personnel, resource availability, collaboration with customer, eco design & packaging* terhadap kinerja perusahaan sedangkan tidak ada pengaruh antara *islamic law, physical segregation, packaging & labeling, ethical practice, innovative capability, green purchasing & internal environmental management* terhadap kinerja perusahaan. Temuan penelitian ini merekomendasikan bahwa ketika *halal supply chain management* dan *green supply chain management* dipraktekkan secara baik maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sehingga penting bagi UKM untuk lebih menjaga setiap proses rantai pasok makanan halalnya, mulai dari kebersihan, keamanan, proses pemotongan, penyimpanan sampai pada penyajian akhir. Disamping itu UKM juga harus memperhatikan dampak lingkungan dan kesehatan untuk mengurangi pencemaran akibat limbah yang berlebihan dan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan.

Kata Kunci : *halal supply chain, green supply chain, kinerja UKM*

[088]

Innovation Capability dan Supply Chain Integration Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kerajinan Gerabah

Dessy Isfianadewi^{1*}, Chusna Sabela²^{1,2}Universitas Islam Indonesia**dessy.isfianadewi@uii.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *innovation capability* dan *supply chain integration* terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode *Structural Equation Model* (SEM) sebagai metode analisis data. Populasi penelitian ini adalah UMKM Industri Kerajinan Gerabah. Sampel penelitian sebanyak 135 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik pengumpulan sampel *proportionate stratified random sampling*. Sampel dipilih dengan membagi sampel berdasarkan tingkatan/strata kedalam tiga kategori, kemudian ditarik berdasarkan proposi yaitu 25% dari jumlah pengrajin masing-masing strata. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang menggunakan 5 skala Likert kepada pemilik atau manajer UMKM. Seluruh data dalam penelitian ini valid dan *reliable*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *software SMARTPLS*. Hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *innovation capability* terhadap *supply chain integration*. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *innovation capability* dan *supply chain integration* terhadap kinerja perusahaan. Temuan penelitian ini merekomendasikan bahwa perusahaan yang memiliki banyak *innovation capability* maka akan mampu meningkatkan *supply chain integration*. Perusahaan harus terus menerus mengevaluasi ide-ide baru yang datang dari karyawan, pelanggan, pemasok dan pihak lainnya serta memasukkannya ke dalam kegiatan pengembangan produk. Perusahaan dapat memanfaatkan pengetahuan dari berbagai sumber untuk kegiatan pengembangan produk secara efisien dan cepat. Perusahaan menerima dan mengelola berbagai sumber pengetahuan dengan baik sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan dalam penerapannya. Selanjutnya UMKM perlu memperhatikan *supply chain integration* melalui peningkatan kemitraan strategis dengan pemasok utama untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Kata Kunci : *innovation capability, supply chain integration, kinerja UMKM*

[134]

Peran Kualitas Intelegensi Sebagai Moderasi yang Menghubungkan antara Koordinasi Manufaktur terhadap Kinerja Inovasi Produk: Studi Empiris pada UMKM D.I. Yogyakarta

Muhammad Nur Ramadhan¹, Siti Nursyamsiah²

^{1,2}Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

**siti.nursyamsiah@uii.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini menguji bagaimana peran kualitas inteligensi pasar dan kualitas inteligensi rantai pasok memoderasi hubungan antara koordinasi manufaktur (koordinasi manufaktur-pasar dan koordinasi manufaktur-rantai pasok) dengan kinerja inovasi produk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM di D.I. Yogyakarta. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 50 responden yang menggunakan pendekatan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dimana peneliti menentukan kriteria dari sampel untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dari target spesifik yang memenuhi kriteria tersebut. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* untuk pengujian hipotesis variabel moderator dengan menggunakan alat bantu berupa aplikasi IBM SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koordinasi manufaktur dengan pasar dan koordinasi manufaktur dengan rantai pasok berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi produk. Penelitian ini juga menemukan bahwa kualitas inteligensi pasar memoderasi hubungan koordinasi manufaktur dengan pasar terhadap kinerja inovasi produk. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas inteligensi rantai pasok memoderasi hubungan koordinasi manufaktur dengan rantai pasok terhadap kinerja inovasi produk. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap UMKM bahwa kualitas inteligensi pasar dan inteligensi rantai pasok memainkan peranan yang penting terhadap pencapaian kinerja inovasi, terutama dalam hal koordinasi manufaktur dengan pasar dan rantai pasok.

Kata Kunci: Kualitas Intelegensi, Koordinasi Manufaktur, Kinerja Inovasi Produk

[037]

Kapitalisme Politik dan Eksternalisasi Manajemen

Suwarsono Muhammad
Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

Kapitalisme politik (*political capitalism*) adalah sistem ekonomi politik yang di dalamnya ditemukan kerjasama erat antara elit politik dan elit ekonomi semata-mata untuk menjaga kepentingan ekonomi politik mereka. Dalam sistem seperti ini, usaha baru dan kinerjanya tidak ditentukan oleh manajemen, tetapi lebih banyak - bahkan dapat sepenuhnya ditentukan oleh koneksi politik. Kapitalisme politik lahir sebagai perkembangan lebih jauh dari kapitalisme pasar (*market capitalism*). Dalam mode kapitalisme politik, manajemen mengalami proses eksternalisasi. Perhatian manajemen lebih diarahkan pada lingkungan politik, karena menjadi determinan tunggal keberhasilan perusahaan.

Kata kunci : Kapitalisme politik, Kapitalisme pasar, Kinerja, Eksternalisasi.

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[052]

Analisis *Business Model Canvas* PT. DPM

Lucia Haripatworo¹, Bernadeta Irmawati²

^{1,2}Unika Soegijapranata

¹haripatworo@unika.ac.id, ²irmawati_b@unika.ac.id

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah mengaplikasikan *Business Model Canvas* (BMC) atau Model Bisnis Kanvas pada PT. DPM yang berlokasi di jalan Semarang Kendal dan baru beroperasi sejak tahun 2019. Adanya proyeksi pertumbuhan sektor properti diharapkan adanya peningkatan permintaan akan kaca. PT DPM memproduksi kaca untuk perumahan dan asesoris kantor. *Business Model Canvas* adalah sebuah *tools* yang dikembangkan untuk membantu organisasi bisnis dan pengusaha pemula untuk memetakan dan melakukan analisa terhadap model bisnis mereka. Selain itu *Business Model Canvas* menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai *Business Model Generation* untuk mampu memberikan respons yang cepat terhadap keinginan pelanggan dengan memberikan nilai – nilai terbaik yang ada dalam perusahaan *Business Model Canvas* mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana yang ditampilkan pada satu lembar kanvas berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik di dalamnya mencakup analisis strategi secara internal maupun eksternal. Dengan mengaplikasikan *Business Model Canvas*, PT. DPM dapat mengetahui 9 komponen dari *Business Model Canvas* MC sehingga dapat mengembangkan perusahaannya dengan lebih baik. Adapun 9 komponen tersebut adalah *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnership* dan *cost structure*.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, PT. DPM

[101]

Pengembangan Strategi Industri Kreatif Menggunakan Value Chain Analysis

Wulan Suryandani¹, Novi Kusumaningsih²

^{1,2}STIE YPPI Rembang

¹wulansuryandani@gmail.com, ²novi.kkusumaningsing@gmail.com

ABSTRAK

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berbasis industri kreatif memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi negara. Daya saing yang dihadapi UKM dalam bisnis global memerlukan dukungan pemerintah serta pihak-pihak terkait. UKM Batik Tulis sebagai produk unggulan daerah memerlukan perhatian serius sehingga memiliki keunggulan bersaing. Upaya program dan strategi pengembangan produk, teknik pemasaran yang dilakukan masih terbatas, program-program pemerintah masih belum tepat sasaran. Beberapa kondisi ini menyebabkan Batik Tulis Lasem belum memiliki daya saing dibandingkan dengan program lainnya. Saat ini Batik tulis Lasem memiliki tantangan serius diantaranya ketatnya persaingan dengan produsen batik daerah lain. Hasil *Value Chain Analysis* (VCA) untuk menganalisis rantai nilai dan identifikasi strategi daya saing pada KUB Batik Tulis Lasem. Pengembangan strategi dapat diterapkan KUB Batik Tulis Lasem untuk adalah 1) Diferensiasi produk menjadi produk fesyen, 2) Optimalisasi peran koperasi untuk kebutuhan bahan baku, 3) Optimalisasi peran anggota KUB dan Klaster batik tulis, 4) Peningkatan peran pemerintah dalam pengembangan SDM, 5) Perluasan pasar melalui media *online*, 6) Pemanfaatan media TI untuk desain produk 7) Meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Kata kunci: Batik tulis, Daya saing, Industri kreatif, *Value chain analysis*, UKM

[012]

Faktor Penghambat dan Pemicu Menjadi *Ecopreneur* Studi Pada IKM di Kota Semarang

Meniek Sricing Prapti¹, Eny Trimeiningrum², Bernadeta Irmawati³

^{1, 2, 3} Universitas Katolik Soegijapranata

meniek@unika.ac.id, eny@unika.ac.id, irmawati_b@unika.ac.id

ABSTRAK

Ecopreneur makin bertumbuh dan memiliki potensi yang dapat dipertimbangkan untuk kontribusi penanganan masalah-masalah lingkungan. Memperkenalkan produk yang ramah lingkungan, dan melalui strategi bisnis yang menghasilkan produk dan proses yang berkesinambungan. Penelitian ini akan mengkaji dari pengetahuan yang saat ini berkembang mengenai hambatan dan pemicu menjadi *ecopreneur*. Perhatian utama penelitian ini pada hambatan dan pemicu yang dipersepsikan oleh pelaku *ecopreneur*. Hambatan menjadi *ecopreneur* diukur dengan variabel *lack of information, limited knowledge and willingness to share, limited of awareness* dan *limited public funding*. Sedangkan faktor pemicu menjadi *ecopreneur* diukur menggunakan variabel *green values, gap in the market, making a living, be their own boss, dan passion*. Alat analisis menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *lack of information, limited knowledge and willingness to share, serta limited of awareness* dipersepsikan responden sebagai faktor penghambat yang rendah (tidak cukup berarti), sedangkan *limited public funding* dipersepsikan sebagai faktor penghambat yang tinggi untuk menjadi *ecopreneur*. Untuk faktor pemicu (pendorong) *green values, gap in the market, making a living, be their own boss, dan passion* semua dipersepsikan sebagai faktor pemicu yang tinggi untuk menjadi *ecopreneur*. Penelitian ini menyarankan pelaku *ecopreneur* makin terlibat dalam komunitas-komunitas terkait lingkungan dan jejaring, serta menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait untuk meningkatkan bisnis ramah lingkungan.

Kata kunci: *Ecopreneur*, Penghambat, Pemicu, UMKM.

[013]

Studi Orientasi *Entrepreneurial Marketing* UMKM di Masa Pandemi Covid-19 : Suatu Pendekatan Fenomenologi

Ernani Hadiyati¹, Fahmi Poernamawati²

^{1,2} Universitas Gajayana Malang

ernani_hadiyati@unigamalang.ac.id

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah selama ini merupakan sector penggerak perekonomian Nasional yang memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi. Di Negara berkembang, sektor industri khususnya UMKM memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian Negara tersebut. Saat ini UMKM di Indonesia menghadapi masalah yaitu menurunnya omzet penjualan yang merupakan akibat munculnya virus covid-19 sejak awal Maret 2020 dan secara makro berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam situasi yang tidak stabil. Hal ini dibutuhkan beberapa dukungan dan salah satunya melalui suatu pengembangan konsep pemasaran berbasis kewirausahaan (*entrepreneurial marketing*). Pemasaran kewirausahaan (*entrepreneurial marketing*) sebuah konsep teori dan paradigma baru untuk usaha kecil menengah (UKM) yang membedakan implementasi teori pemasaran dengan perusahaan besar. Orientasi kewirausahaan dan orientasi pemasaran sebagai penentu dari orientasi *entrepreneurial marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang budaya *entrepreneurial marketing* yang berdampak terhadap kinerja usaha. Lokasi penelitian UKM konveksi di Propinsi Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik bola salju (*snow ball sampling*). Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*), FGD dan dokumentasi. Analisis data dengan metode kualitatif meliputi : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi *entrepreneurial marketing* ditentukan oleh orientasi : kebutuhan pelanggan, pesaing sebagai mitra kerja, usaha jangka panjang, keuntungan, kreativitas yang meniru, inovasi berbasis IT, keputusan yang intuisi, proaktif terhadap perubahan lingkungan, keputusan berisiko mampu menentukan kinerja usaha dengan tema pertumbuhan : penjualan, keuntungan dan jumlah aset. Hasil penelitian memberikan kontribusi untuk pemerintah, pengusaha UKM dan akademisi.

Kata kunci: Orientasi, *Entrepreneurial Marketing*, UMKM, Era Pandemi Covid-19.

[022]

***Entrepreneurial Knowledge and Business Performance
(Studies in Small Businesses in Malioboro Yogyakarta)***

Pristin Prima Sari¹, Risal Rinofah²

^{1,2} Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
pristin.primas@gmail.com

ABSTRACT

The potential of small businesses is huge to be developed. Potential of small businesses include creativity, superior products and prices that tend to be cheaper. Small business is an industry that is driven by a group of people so that the survival of small businesses encourages community welfare. The research aims to empirically examine the effect of entrepreneurial knowledge on business performance. The research sample is a small business in Malioboro, Yogyakarta. The research method uses a questionnaire with a structural model as data analysis. The statistical tool used is SmartPLS3.0. The finding is Entrepreneurial Knowledge significant influence on Business Performance. Research is expected to be beneficial for small businesses to develop business performance through entrepreneurial knowledge, for the government as a mapping of small business performance and entrepreneurial knowledge for small businesses.

Keywords: *Entrepreneurial Knowledge, Business Performance, Small Business Enterprise.*

FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KOORDINATOR WILAYAH D.I. YOGYAKARTA

[025]

Strategi Bertahan Desainer Adi Busana Menjadi Produsen Tas Belanja

Ni Luh Made Vinaya Medhiatika¹

¹Universitas Sahid Jakarta
made_vinaya@usahid.ac.id

ABSTRAK

Pandemi virus Covid 19 berdampak pada penjualan terutama bagi pelaku UMKM. Tujuan penelitian ini untuk memberikan gambaran bagi pelaku UMKM agar memanfaatkan potensi diri sebagai wirausahawan dan memanfaatkan pemasaran digital dalam mempertahankan usahanya. Wirausahawan harus memegang teguh *passion* yang dimiliki, berpola pikir wirausaha (*entreprenurial mindset*), jeli melihat peluang (*opportunity*), dan memiliki keahlian kreatif (*creativity skill*) untuk menghasilkan suatu produk baru yang berbeda dari produksi sebelumnya. Peluang bisa muncul dari keadaan ekonomi maupun dari Peraturan yang baru berlaku. Wirausahawan juga harus memahami segmen dan perilaku konsumennya sehingga produk yang dihasilkan menjadi tepat guna. Pemilik usaha, melalui merek Diana Puspita, yang sebelumnya memproduksi baju semi adi busana beralih ke produksi tas belanja sebagai pengganti kantong plastik untuk belanja. Pemasaran pun dengan pemasaran wirausaha dimana pemasaran digital dipilih untuk mempromosikan produknya. *Feeds, stories*, dan *hashtags* pada akun Instagram @bydianapuspita dimanfaatkan dengan mem-*posting* konten yang menarik konsumen sehingga penjualan pun naik secara signifikan. Pemahaman atas segmen dan perilaku dari konsumennya, yang bisa dikategorikan konsumen yang berada di spektrum hijau tua, bersedia membayar lebih untuk produk tas belanja yang ramah lingkungan dan berpartisipasi dalam mengurangi pemanasan global. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pola pikir wirausaha benar harus ada sehingga bisa berkreasi dengan melihat peluang yang ada. Pemasaran digital, terutama media sosial Instagram harus dimaksimalkan untuk menjangkau konsumen dan menstimulasi penjualan. Pandemi bukanlah akhir dari segalanya, bahkan UMKM bisa menjadi penggerak ekonomi walau hanya di skala kecil.

Kata kunci: Wirausaha, Pemasaran Digital, Perilaku Konsumen, Tas Belanja.

[033]

Keberhasilan Usaha Industri Mikro Kecil Menengah Makanan Ringan Berbasis Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas dan Inovasi di Priangan Barat Indonesia

Dwi Gemina¹, Sri Harini²
^{1,2}Universitas Djuanda Bogor
dwigemina@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan industri mikro kecil menengah pesat pertumbuhan maupun perkembangan karena mampu bertahan ditengah kondisi krisis ekonomi. Tujuan penelitian ini: 1) menganalisis pengaruh lingkungan usaha, manajemen usaha dan kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha secara simultan dan parsial di Priangan Barat; 2) Faktor pendorong dan penghambat keberhasilan usaha di Priangan Barat. Metode penelitian survey dan bentuk penelitian deskriptif dan verifikatif. Objek penelitian IKM makanan ringan di Priangan Barat sebanyak 150 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* didasarkan pada daerah yang mempunyai potensi pengembangan industri (*sentra industri*) terdiri dari tiga wilayah yaitu Bogor, Sukabumi dan Cianjur. Kemudian kuesioner diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil dari pengujian tersebut data dinyatakan valid dan reliabel serta melakukan uji asumsi klasik untuk digunakan dalam uji regresi. Hasil penelitian bahwa secara simultan lingkungan usaha, manajemen usaha serta kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha di Priangan Barat. Secara parsial lingkungan usaha, manajemen usaha dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan faktor pendorong keberhasilan usaha adalah lingkungan usaha, manajemen usaha dan kreativitas, sebagai factor penghambat keberhasilan usaha adalah inovasi.

Kata kunci: Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas, Inovasi, Keberhasilan Usaha.

[053]

Resiliensi Ukm Ayam Goreng Kalasan di Masa Pandemi Covid-19

M.Lies Enderwati¹, Anita Mustikasari^{2*}, Arya Sony³

^{1,2} *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta*

³ *Jurusan Pendidikan Teknik Elektronika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri*

Yogyakarta

**anita.mustikasari@uny.ac.id*

ABSTRAK

Peran usaha kecil dan menengah (UKM) sangat signifikan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi. Hal ini telah diakui dengan baik, bahkan tidak hanya di Indonesia tapi juga hampir di seluruh negara. Pada masa pandemi COVID-19, sebagian besar UKM mengalami kesulitan dalam beroperasi dan yang menjadi masalah utama pada UKM adalah menurunnya permintaan barang dan jasa yang cukup besar. Sedangkan pada kenyataannya, UKM hanya mempunyai keterbatasan kemampuan dalam melakukan serangan balik atas risiko yang dihadapi dari akibat aktivitas bisnis yang melambat. Pada masa pandemi COVID-19, sentra Ayam Goreng Kalasan merupakan salah satu UKM yang terkena dampak yang cukup signifikan. Menurut wawancara dari Ketua Sentra Ayam Goreng Kalasan, omzet penjualan juga menurun cukup tajam hingga 50-75% pada masa pandemi COVID-19. Resiliensi timbul dari keterbatasan keadaan dan juga lingkungan. Dari hasil wawancara, selama 6 bulan terakhir, banyak perubahan yang telah dilakukan agar Sentra Ayam Goreng Kalasan mampu resilien pada Pandemi COVID-19 yaitu mengubah mindset mengenai pentingnya digital marketing dalam memasarkan produknya kepada para anggotanya. Kemudian mengadakan kerjasama dengan pihak Grab dan Gojek sebagai salah satu sarana dalam memasarkan produknya secara digital selain pada media sosial (Instagram, Facebook dan Whatsapp). Selain itu berinovatif dalam memasarkan produknya dengan menggunakan proses vakum dan mendesain ulang kemasan sehingga terlihat menarik untuk konsumen. Saat ini, setidaknya sudah lebih dari 60% anggota Sentra Ayam Goreng Kalasan memiliki desain kemasan yang menarik.

Kata Kunci : *digital marketing, pandemi COVID-19, resiliensi, UKM*

[063]

***Entrepreneurship Training for Micro and Small Businesses
as a Solution for Poverty Reduction***

Suparmono

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta, Indonesia.

Researcher Sinergi Visi Utama Consultant.

suparmono@stimykpn.ac.id, suparmono.pasca@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the impact of the training provided by the government through the Manpower Office to the poor who are members of micro and small enterprises to reduce urban poverty. This research was conducted in the period 2019 in Balikpapan City. The method of analysis used is descriptive statistics. The data were collected by conducting telephone interviews to the recipients of the training program and questionnaires sent via google forms. The result is that the training program provided to micro and small entrepreneurs has a positive impact in the form of increasing skills and those who do not continue their business can get jobs according to the training they receive. The weakness in this training is related to the continuing skill level of the training recipients so that they are not yet at the advanced level.

Keywords : *Micro and Small Businesses, Urban Poverty, Entrepreneurship, Training, entrepreneurship*

[081]

**Motivasi dan Bisnis Mahasiswi:
Ingin Terbang Tinggi Melihat Pelangi Tetapi Menemui Badai
Matahari**

Avi Rifka Annisa¹, Trias Setiawati²

¹Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

²Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Corresponding Author: trias.setiawati@uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Motivasi dan Bisnis Mahasiswi: Ingin Terbang Tinggi Melihat Pelangi tetapi Menemui Badai Matahari. Tujuan penelitian untuk mengetahui motivasi, pengembangan usaha, penerapan nilai-nilai Islam, hambatan dan dukungan orangtua serta membandingkan motivasi, dan pencapaian omzet usaha mahasiswa berwirausaha pada latar belakang keluarga narasumber yang berbeda, yakni keluarga dengan latar belakang berprofesi sebagai wirausaha dan latar belakang keluarga berprofesi non wirausaha. Metode penelitian adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Ada dua narasumber utama mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia yang melakukan peran ganda sebagai mahasiswa dan wirausaha dengan latar belakang profesi keluarga yang berbeda. Untuk mengetahui keabsahan data dilakukan uji kredibilitas dan uji *transferability*. Ditemukan motivasi mahasiswa berwirausaha adalah mengikuti jejak orangtua, mengembangkan bisnis keluarga, karena hobi, memberi lapangan kerja, dan kebebasan dalam berkerja. Pengembangan usaha yang dilakukan meliputi promosi *online*, menambah usaha, pelayanan konsumen dan kerja sama. Penerapan nilai Islam meliputi menanamkan saham yang halal, promosi dengan proposisi Islam, jujur bertransaksi pada konsumen. Prestasi mahasiswi berbeda, yakni mencapai IPK 3 dan dibawah 3. Hambatan yang muncul yakni konflik peran ganda, keterlambatan barang dan produksi, membolos kuliah, tidak fokus mengerjakan tugas. Dukungan dari orangtua berupa nasihat, modal usaha dan pendampingan. Perbedaan motivasi yakni narasumber dengan keluarga berwirausaha cenderung termotivasi karena orangtua dan narasumber dengan keluarga non wirausaha terdorong karena hobi dan ingin mendapatkan penghargaan produk terbaik yang diikuti dengan omzet yang lebih tinggi dari omzet. temuan ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan landasan teori pada penelitian ini.

Kata Kunci : Business development, female student entrepreneur, Islamic values, motivation

[100]

Faktor-Faktor Pendorong Pembentukan *Holding* UMKM Di Yogyakarta

Purwoko¹, Zunan Setiawan²

^{1,2} *Magister Manajemen FEB Universitas Ahmad Dahlan*

Email: purwokopurwo1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keberadaan *Holding* UMKM dibutuhkan oleh pelaku UMKM di Yogyakarta. Penelitian ini akan menguji hubungan antara permasalahan-permasalahan UMKM yaitu modal, jaringan pasar, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi dan Sumber Daya Manusia (SDM). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang akan mendeskripsikan tentang keberadaan *Holding* UMKM. Data dikumpulkan dengan cara wawancara melalui *online* , karena adanya pandemi Covid-19. Analisis hasil wawancara menggunakan aplikasi QSR NVIVO 12, dengan hasil sebagai berikut : 57% UMKM di Yogyakarta mengalami masalah modal. Modal juga memiliki koefisien korelasi paling besar dengan empat indikator atau permasalahan UMKM, yaitu jaringan pasar (0.781557), pemanfaatan teknologi (0.645062), strategi pemasaran (0.617031), dan SDM (0.55110). Sementara korelasi antara permasalahan yang memiliki nilai koefisien yang rendah yaitu pemanfaatan teknologi dengan jaringan pemasaran (0.4228), strategi pemasaran dengan jaringan pemasaran (0.416497), SDM dengan strategi pemasaran (0.414167) dan SDM dengan pemanfaatan teknologi (0.363217). Yang berarti bahwa modal memegang peran yang sangat penting dalam upaya untuk mendukung perluasan jaringan pemasaran, pilihan strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi dan peningkatan kualitas SDM. *Holding* UMKM diharapkan dapat dibentuk di Yogyakarta untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang sering dihadapi, terutama masalah modal.

Kata Kunci : *Holding, UMKM, modal, jaringan pasar, strategi pemasaran, sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi.*

[116]

**Peran Inkubasi Bisnis Kampus Dalam Menjaga Ketahanan UMKM
Dikalangan Alumni pada Masa Pandemi
(Studi Pada Inkubasi Bisnis Universitas Ahmad Dahlan)**

Hendro Setyono¹, Ahmad Rizal Solihudin^{2*}, Hari Haryadi³
¹²³*Universitas Ahmad Dahlan*
**arsolihudin@gmail.com*

ABSTRAK

Inkubasi bisnis Universitas Ahmad Dahlan tahun 2020 bertujuan mengembangkan wirausaha yang berasal dari mahasiswa dan alumni Universitas Ahmad Dahlan berbasis daring (*Online Business*). Program dan tema ini sangat tepat dengan kondisi Pandemi Covid yang menuntut kegiatan bisnis berbasis *less contact*. Program ini diharapkan dapat menjaga ketahanan wirausaha terutama UMKM dengan teknologi informasi sebagai basis keunggulan bersaingnya. Pola yang digunakan dalam inkubasi bisnis ini menggunakan pendekatan *Experience Learning (EL)*. Pendekatan ini memberi *treatment* kepada *tenant* untuk mendapat pengalaman, kompetensi dan karakter dasar entrepreneur.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis peran serta kontribusi inkubasi bisnis kampus dalam menjaga ketahanan UMKM dari kalangan alumni dalam menghadapi pandemi. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan berupa data sekunder meliputi laporan perusahaan, arsip, dan catatan pendapat narasumber.

Hasil analisis menunjukkan program pelatihan pemasaran online dan pelatihan inovasi model bisnis efektif meningkatkan pemahaman dan ketrampilan *tenant* dalam menghadapi pandemi. Selain itu, model pendampingan dan mentoring oleh perusahaan *best practice* yang sesuai dengan kondisi pandemi sangat urgent untuk segera dirancang dan dijalankan.

Kata kunci : UMKM, *Online*, Inkubasi Bisnis.

[133]

Underlying Factors of Green Innovation Adoption in Indonesian Small Medium Enterprises (SMEs)

Gabriella Hanny Kusuma

Universitas Atma Jaya Yogyakarta
hanny_kusuma@uajy.ac.id

ABSTRACT

This qualitative research intended to explore the underlying factors of Green innovation adoption in Indonesian SMEs. In-depth interview conducted to 10 SMEs owner who are already implementing green innovation. Triangulation technique and member checking use in this research to ensure validity. The data were analyzed using content analysis method. This research identified the underlying factors of green innovation adoption decision. The factors are: 1) Religious Values, 2) Personal interest of the company's owner, 3) Family tradition, 4) Self – awareness (environment sustainability and healthy living), 5) Market, 6) Regulation. This research explore the underlying factors of green innovation in SMEs without considering to what degree green innovation has been implemented in the participants company. In the future, the research can specify the exploration of the green innovation in the SMEs based on the four categories: green managerial innovation, green product i-nnovation, green process innovation, and green technological innovation. The future research also can use quantitative method to define the most significant factor which influence the green innovation decision.

Keywords – *Green Innovation, Small Medium Enterprises (SMEs), Qualitative, Entrepreneurship.*



Sekretariat :

Forum Manajemen Indonesia
Koordinator Wilayah Daerah
Istimewa Yogyakarta
STIE YKPN YOGYAKARTA
JLN. SETURAN RAYA
YOGYAKARTA
Telp. +62 811 282 604

ISBN 978-623-95189-0-5

