

Riset Manajemen & Bisnis

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, CURRENT RATIO DAN DEBT TO ASSET RATIO TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Adityar Kirana & Rispantyo

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, REVENGE TOURISM, DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN OBELIX SEA VIEW

Nathaniel Putra Caesar Antolis & Ety Istriani

PENGARUH SISTEM PENGAJIAN, BUDAYA ORGANISASI DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Batsyeba Junita Saragi & Agustini Dyah Respati

THE INFLUENCE OF ESG PERFORMANCE REPORTING ON FIRM VALUE IN INDONESIA

Afnei Ngan Billy Tumba, Gracia Alya Quina Akhmad, Dinda Ayu Sieradianto Angelia, Besse Nur Fatimah Hefri & Ananda Fadia Indah Ramadhani

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERFORMANCE DENGAN INTENT TO QUIT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Davidjul Setiawan Ziliwu dan Raden Teja Yokanan

JURNAL RISET MANAJEMEN DAN BISNIS

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

e-ISSN : 1907-7343

p-ISSN : 2714-7312

Ketua Penyunting

Perminas Pangeran

Dewan Penyunting

Ignatius Roni Setyawan (Universitas Tarumanegara)

Mahatma Kufepaksi (Universitas Lampung)

Heru Kurnianto Tjahjono (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Singgih Santoso (Universitas Kristen Duta Wacana)

Sisnuhadi (Universitas Kristen Duta Wacana)

Section Editor

Vincentia Anindha Primacintya

Pembantu Pelaksana Tata Usaha

(Administrasi, Desain, Distribusi dan Pemasaran)

Firman Haryo Setyadi

Esther Yovita Prastya

Alamat Penyunting dan Tata Usaha

Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana

Jl. Dr. Wahidin S. No. 5-25, Yogyakarta 55224

Telp: (0274) 563929, Fax : (0274) 513235

Website : e-journalfb.ukdw.ac.id

Email : jrmb@staff.ukdw.ac.id

Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) terbit sejak tahun 2006. Terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Desember. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, kajian analitis kritis dan tinjauan buku dalam bidang manajemen dan bisnis. Penyunting menerima tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Naskah diketik dengan format seperti tercantum pada Pedoman Penulisan Artikel yang terlampir di halaman belakang.

JURNAL RISET MANAJEMEN DAN BISNIS

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta ISSN: 1907-7343

E-ISSN: 2714-7312

DAFTAR ISI

PENGARUH SISTEM PENGGAJIAN, BUDAYA ORGANISASI DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Batsyeba Junita Saragi, Agustini Dyah Respati 1-9

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, CURRENT RATIO DAN DEBT TO ASSET RATIO TERHADAP KINERJA KEUANGAN

Adityar Kirana, Rispantyo 11-19

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, REVENGE TOURISM, DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN OBELIX SEA VIEW

Nathaniel Putra Caesar Antolis, Ety Istriani..... 21-34

THE INFLUENCE OF ESG PERFORMANCE REPORTING ON FIRM VALUE IN INDONESIA

Afnei Ngan Billy Tumba, Gracia Alya Quina Akhmad, Dinda Ayu Sieradianto Angelia, Besse Nur Fatimah Hefri, Ananda Fadia Indah Ramadhani35-45

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPERNGARUHI PERFORMANCE DENGAN INTENT TO QUIT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Davidjul Setiawan Ziliwu, Raden Teja Yokanan 47-56

PENGARUH SISTEM PENGGAJIAN, BUDAYA ORGANISASI DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Batsyeba Junita Saragi

Agustini Dyah Respati

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo 5 - 25, Yogyakarta, 55224

agustini@staff.ukdw.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of the payroll system, organizational culture and transformational leadership on employee performance. The research was conducted at two branches of PT Bank Mandiri Taspen Yogyakarta City, namely Bank Mandiri Taspen Yogyakarta Branch Office (KC) and Bank Mandiri Taspen Yogyakarta Sub-Branch Office (KCP). The data used in this study is primary data using the census method through the distribution of hardcopy questionnaires. Data obtained from distributing questionnaires with 35 employees as respondents. Testing the results of data distribution using multiple linear regression test. The results showed that payroll system and organizational culture positive and significantly effect on employee performance; while transformational leadership had no effect on employee performance.

Keywords: *payroll system, organizational culture, transformational leadership, employee performance*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sistem penggajian, budaya organisasi dan kepemimpinan transformasional terhadap kinerja karyawan. Penelitian dilakukan di dua cabang PT. Bank Mandiri Taspen Kota Yogyakarta yaitu Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang (KC) Yogyakarta dan Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu (KCP) Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Sampel penelitian dipilih dengan metoda sensus. Jumlah responden yang mengembalikan kuesioner sebanyak 35 karyawan. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penggajian dan budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan sedangkan kepemimpinan transformasional tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan..

Kata kunci: *sistem penggajian, budaya organisasi, kepemimpinan transformasional, kinerja karyawan*

PENDAHULUAN

Karyawan memegang peranan penting dalam menjamin kesuksesan perusahaan. Tanpa karyawan, sebuah perusahaan tidak mampu mencapai tujuan dan target yang dicita-citakan. Karyawan bekerja dengan seluruh kemampuan dan tenaganya untuk mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan. Ketika seorang karyawan mampu melakukan tugas dan tanggung jawabnya maka target perusahaan dapat tercapai. Hal tersebut disebut sebagai kinerja karyawan. Mengingat pentingnya peran karyawan dalam pencapaian target perusahaan, maka manajemen perlu memperhatikan pencapaian dan peningkatan kinerja karyawan (Hendika, 2018).

Kinerja karyawan meningkat apabila kerja keras dan kontribusi yang diberikan karyawan dihargai atau diapresiasi oleh perusahaan (Hendika, 2018). Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk mengapresiasi kerja keras karyawan adalah pemberian gaji berdasarkan sistem penggajian yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Sistem penggajian merupakan sistem pembayaran atas pekerjaan yang dikerjakan karyawan setiap bulannya (Mulyadi, 2016). Sistem penggajian yang baik mampu menimbulkan perasaan puas dan dihargai dalam diri karyawan. Perasaan puas dan dihargai tersebut menimbulkan rasa aman secara finansial bagi karyawan. Sistem penggajian di PT. Bank Mandiri Taspen Kota Yogyakarta menggunakan aplikasi yang bernama *GreatDay*. Aplikasi *GreatDay* adalah aplikasi yang digunakan oleh banyak perusahaan yang berfungsi untuk mengelola tugas sumber daya manusia termasuk salah satunya adalah sistem penggajian.

Selanjutnya, kestabilan dan peningkatan kinerja karyawan juga diperoleh ketika perusahaan mampu membangun budaya yang menjadi acuan atau pedoman karyawan dalam berperilaku yang dinamakan budaya organisasi (Meutian, 2019). Budaya organisasi adalah nilai-nilai yang mengarahkan sumber daya manusia

dalam memenuhi tanggung jawab dan bertindak secara tepat di dalam perusahaan (Robbins, 2018). Budaya organisasi berperan sebagai pedoman atau acuan suatu perusahaan yang memberikan arahan seluruh anggota perusahaan bagaimana harus bersikap dan berperilaku. Dalam budaya organisasi terdapat nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan. Ketika perusahaan mampu membangun nilai-nilai yang mampu membentuk dan membangun kinerja karyawan maka karyawan mampu untuk memberikan seluruh kontribusinya (Robbins, 2018; Kasmir, 2016).

Dalam penerapan budaya organisasi, pemimpin memegang peranan yang penting dalam mengarahkan atau membimbing karyawan. Secara tidak langsung, pemimpin memiliki peran penting dalam pencapaian kinerja karyawan, sesuai dengan cara atau gaya yang dipakai (Meutian, 2019). Gaya atau model kepemimpinan tersebut menunjukkan arah dan konsep kepemimpinannya. Setiap gaya kepemimpinan memiliki karakternya masing-masing dalam mempengaruhi atau mengarahkan perilaku karyawan. Gaya kepemimpinan yang memberikan arahan agar karyawan menjadi lebih berdaya adalah kepemimpinan transformasional. Kepemimpinan transformasional dipercaya dapat meningkatkan kinerja karyawan karena sifatnya yang memotivasi dan memberdayakan karyawan (Bass, 2017; Robbins, 2019; Kasmi, 2019).

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian Literatur

Technology Acceptance Model (TAM) *Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan oleh Davis (1989). Konsep TAM menyediakan landasan sebagai dasar untuk meneliti dan memahami bagaimana pengguna menggunakan sistem informasi. Konsep yang digunakan dalam TAM adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*),

persepsi kemudahan penggunaan (*perceive ease of use*), minat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*) (Davis, 1989). Penggunaan TAM berfungsi untuk mengetahui opini dan penerimaan masyarakat terhadap teknologi baru dan mampu menyajikan data penting terkait aspek-aspek yang memengaruhi perspektif setiap orang (Rose, 2006). Pada penelitian ini TAM dipakai sebagai dasar analisis pemakaian sistem penggajian Aplikasi *GreatDay*.

Sistem Penggajian

Sistem penggajian adalah sistem pembayaran atas pekerjaan yang dikerjakan karyawan setiap bulannya (Mulyadi, 2016). Sistem penggajian harus dibuat dengan detail dan terperinci mencakup sistem, prosedur dan pencatatan yang baik dan benar. Bagi perusahaan, sistem penggajian dapat berfungsi juga untuk menarik dan mempertahankan karyawan yang memiliki kapabilitas atau mumpuni dan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Jika sistem penggajian yang dibuat oleh setiap perusahaan telah memperhitungkan kerja keras dan kontribusi karyawannya maka karyawan merasa dihargai. Karyawan akan merasa bahwa kerja keras dan kontribusinya terbayarkan melalui sistem penggajian yang tepat. Sistem penggajian yang mempertimbangkan kompetensi karyawant tersebut mencakup tujuh indikator (Mas'ud, 2004; Mujanah 2019; Davis, 1989) yaitu:

- a. Ketepatan penerimaan gaji.
Ketepatan penerimaan gaji merupakan kondisi ketika perusahaan memberikan hak berupa gaji kepada karyawan sesuai dengan kesepakatan atau kontrak awal.
- b. Transparan.
Sistem penggajian yang baik merupakan sistem penggajian yang diberikan secara terbuka dan transparan yang dapat diberikan berupa perincian gaji yang jelas dan rinci.

- c. Kemudahan Penggunaan.
Kemudahan penggunaan adalah tingkat kemudahan penggunaan sistem penggajian. yang digunakan adalah sistem penggajian yang mampu menyelesaikan pekerjaan dari sistem penggajian dengan lebih mudah.
- d. Kemanfaatan.
Kemanfaatan menjelaskan adanya kontribusi dari sistem penggajian dalam meningkatkan kinerja karyawan.
- e. Sikap Pengguna.
Sikap pengguna adalah adanya penerimaan atau kesukaan pengguna sistem penggajian yang dirancang dan dikelola oleh perusahaannya. Kesukaan atas pemakaian sistem penggajian dari perusahaan diharapkan dapat menunjang karyawan meningkatkan kinerjanya.
- f. Kepuasan Pengguna.
Kepuasan pengguna adalah rasa puas yang ditunjukkan oleh karyawan terhadap pemakaian sistem penggajian yang sudah dibuat oleh perusahaan.

Sistem penggajian yang memiliki aspek-aspek yang baik akan memberikan rasa aman bagi karyawan, maka karyawan dapat bekerja dengan tenang, dan memberikan kinerja yang baik (Mulyadi, 2016). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendika (2018) menyatakan bahwa sistem penggajian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Selanjutnya penelitian Utama (2017) juga menunjukkan bahwa Sistem penggajian secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis pertama yaitu:

H1. Sistem Penggajian berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan

Budaya Organisasi

Budaya Organisasi adalah nilai yang diyakini oleh seluruh anggota organisasi, lalu dipelajari, diterapkan dan dikembangkan yang dijadikan acuan

dalam mencapai tujuan (Wibowo, 2016). Budaya organisasi merupakan nilai, keyakinan, filosofi dan unsur-unsur lain yang diciptakan dalam waktu yang lama oleh seluruh anggota perusahaan (Robbins, 2019). Nilai-nilai tersebut disosialisasikan kepada semua karyawan untuk diterapkan dalam bekerja sehari-hari. Prinsipnya, nilai-nilai tersebut menjadi *shared-value* bagi semua anggota organisasi (Robbins, 2018), yang diajarkan diterapkan dengan baik oleh seluruh anggota perusahaan. Berdasarkan definisi budaya organisasi dari peneliti sebelumnya dapat dikatakan bahwa budaya organisasi adalah nilai-nilai yang diyakini dan diterapkan anggota untuk dijadikan pedoman dalam bertindak (Robbins, 2019).

Tindakan karyawan yang berlandaskan budaya organisasi memberikan kinerja yang baik kepada perusahaan. Jika perusahaan memiliki nilai budaya organisasi yang baik maka karyawan akan bekerja sesuai dengan nilai budaya organisasi yang baik tersebut. Hal ini akan memperkuat budaya organisasi perusahaan (Magrifah, 2019). Dengan budaya organisasi yang kuat maka kinerja karyawan juga semakin meningkat. Robbins (2019) menyebutkan budaya organisasi memiliki tujuh karakteristik, yaitu:

- a. *Innovation and risk taking* menjelaskan bahwa karyawan dituntut untuk menjadi inovatif, mampu memanfaatkan peluang dan bersedia mengambil risiko.
- b. *Attention to detail* atau perhatian ke hal yang rinci atau detail. *Attention to detail* artinya bahwa seorang karyawan harus memiliki kemampuan analisis dan mampu memperhatikan hal sekecil apapun dengan detail.
- c. *People Orientation* atau orientasi orang. Orientasi orang menunjukkan bahwa keputusan manajemen harus membuat pertimbangan kepada berbagai hal. Yang berorientasi pada keuntungan anggota perusahaan.
- d. *Team Orientation* atau orientasi tim. Orientasi Tim memberikan

penjelasan bahwa kepentingan tim berada di atas kepentingan individual.

- e. *Aggressiveness* atau keagresifan. Keagresifan menjelaskan bahwa karyawan cenderung agresif dan kompetitif daripada bersantai.
- f. *Stability* atau stabilitas/ kemantapan. Stabilitas adalah konsistensi kewajiban karyawan dalam menjaga nilai perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki budaya organisasinya masing-masing. Penelitian yang dilakukan oleh Meutian (2019) menyimpulkan, variabel budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan di Koperasi Pegawai Perum Bulog. Selanjutnya penelitian Hendika (2018) menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis kedua dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2. Budaya Organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

Kepemimpinan Transformasional

Pemimpin transformasional adalah pemimpin yang memberdayakan karyawannya untuk meraih hal-hal yang luar biasa sekaligus membantu mereka tumbuh sebagai individu (Bass, 2017). Pemimpin yang transformasional memahami betul kebutuhan setiap karyawan, memberi wewenang dan kebebasan pada karyawan untuk menyampaikan ide dan mengkoordinasikan maksud dan tujuan setiap karyawan. Pemimpin transformasional menyadari perlunya pengembangan pada karyawannya. Seorang pemimpin transformasional dapat mempengaruhi pemahaman para karyawan terhadap permasalahan dengan membimbing mereka pada perspektif baru terhadap permasalahan yang sudah lama ada (Bass, 1990). Mereka juga dapat membangkitkan semangat dan memotivasi karyawan untuk melakukan lebih banyak usaha agar meraih target kelompok. Indikator yang menjelaskan

kepemimpinan transformasional menurut Bass (2017) antara lain:

- a. Pengaruh Ideal.
Pemimpin transformasional adalah pemimpin yang dianggap memiliki kapabilitas, ketekunan serta keteguhan hati luar biasa oleh pengikutnya yang menjadikannya seorang pemimpin yang dapat dijadikan panutan.
- b. Inspirasi.
Pemimpin transformasional adalah pemimpin yang dapat menjadi inspirasi bagi para pengikutnya karena karakteristiknya yang mampu memotivasi.
- c. Stimulasi Intelektual.
Para pemimpin transformasional menstimulasi pengikutnya untuk menjadi seseorang yang inovatif dan kreatif dengan cara membangkitkan imajinasi karyawan.
- d. Pertimbangan Individual.
Pemimpin transformasional adalah pemimpin yang sadar dengan kebutuhan pencapaian dan pengembangan seorang karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus (2017) memberikan kesimpulan bahwa kepemimpinan yang transformasional berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Lalu, penelitian yang sama dilakukan oleh Magrifah (2019) menyimpulkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Dengan demikian rumusan hipotesis ketiga adalah:

H3. Kepemimpinan Transformasional berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan

Kinerja Karyawan

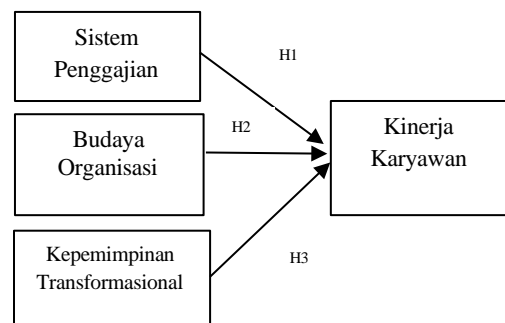
Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai sesuai dengan tugas dan tanggung jawab dalam jangka waktu yang diberikan (Kasmir, 2016). Menurut Robbins (2018), kinerja karyawan dapat diukur dengan beberapa indikator yang meliputi:

- a. Kualitas, merupakan tingkat penyelesaian tanggungjawab yang dicapai karyawan.
- b. Kuantitas, yaitu jumlah pekerjaan yang ditentukan dalam unit dari

siklus aktivitas yang telah ditentukan.

- c. Ketepatan Waktu, artinya karyawan mampu menyelesaikan tugas dengan tepat waktu dimaksudkan dan memaksimalkan waktu yang ada.
- d. Efektivitas, yaitu tingkat pencapaian target kerja setiap karyawan atas tugas masing-masing.
- e. Komitmen, yaitu tingkat kesungguhan dan kemampuan karyawan dalam melaksanakan fungsi kerja dan tanggung jawabnya kepada perusahaan.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

METODA PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan elemen yang terdiri dari subjek/ objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang kemudian dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Populasi penelitian adalah karyawan dari dua cabang PT. Bank Mandiri Taspen yang ada di Kota Yogyakarta yaitu PT. Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang (KC) Yogyakarta dan PT. Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu (KCP) Yogyakarta yang berjumlah 40 karyawan.

Sampel penelitian dipilih dengan metoda sensus, dengan demikian semua populasi menjadi responden penelitian (Sugiyono, 2022). Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang diserahkan kepada responden secara langsung (*hardcopy*). Jumlah responden

yang mengembalikan kuesioner sebanyak 35 responden.

Uji Kuesioner

Uji validitas, sebagai uji kuesioner bertujuan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya mampu menghasilkan data yang dapat digunakan untuk mengukur sesuatu (Ghozali, 2018). Suatu pertanyaan dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel (Sugiyono, 2022). Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan dikatakan tidak valid. Selanjutnya, uji reliabilitas yang dilakukan sudah menunjukkan bahwa variabel-variabel penelitian terbukti reliabel dengan nilai cronbach's alpha (α) $>$ 0,6. Dengan demikian kuesioner layak digunakan sebagai alat ukur variabel, mengingat sebuah variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel memiliki nilai diatas 0,6 (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik

Analisis regresi linear berganda berfungsi mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari sistem penggajian, budaya organisasi, dan

5% atau 0,05. Dengan demikian model tersebut dapat menjelaskan bahwa variabel sistem penggajian, budaya organisasi dan kepemimpinan transformasional secara bersama-sama mempengaruhi kinerja karyawan PT. Bank Mandiri Taspen. Hasil uji koefisien determinasi, pada tabel 1 diketahui sebesar 0,744. Nilai R square sebesar 0,744 dikategorikan kuat (Hair, 2011; Ghozali, 2018). Oleh karena itu, model yang digunakan dapat menjelaskan bahwa sebesar 74,4% variabel sistem penggajian, budaya organisasi dan kepemimpinan transformasional mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja karyawan.

Analisis berikutnya adalah uji t yang ditunjukkan pada tabel 1. Pada uji t, yang berfungsi untuk memastikan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada tabel 1, diketahui variabel sistem penggajian memiliki nilai signifikansi sebesar 0,005. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau $0,005 < 0,05$, yang menandakan bahwa variabel sistem penggajian signifikan sehingga hipotesis 1 terdukung secara statistik. Dengan demikian sistem penggajian terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja

Tabel 1.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	Sig.
(Constant)	0,401	0,912
Sistem penggajian	0,440	0,005**
Budaya Organisasi	1,094	0,000**
Kepemimpinan Transformasional	-0,477	0,052
Uji F		0,000
R ²		0,744
N		35
Variabel Dependen		Kinerja Karyawan

** signifikan pada $\alpha = 5\%$

Sumber: Hasil olah data SPSS 23

kepemimpinan transformasional dengan variabel dependen yaitu kinerja karyawan Bank Mandiri Taspen Yogyakarta.

Selanjutnya, tabel 1 juga menunjukkan nilai signifikansi Uji F sebesar 0,000 pada tingkat signifikansi

karyawan PT. Bank Mandiri Taspen. Variabel kedua, budaya organisasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa $0,000 < 0,05$ yang menandakan hipotesis kedua dinyatakan signifikan. Dari hasil tersebut

dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan PT. Bank Mandiri Taspen. Variabel independen yang ketiga adalah Kepemimpinan Transformasional. Variabel ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0,052. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yaitu tingkat signifikansi 5%, atau $0,052 > 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis ketiga tidak terdukung secara statistik. Oleh karena itu, hipotesis ketiga tidak terdukung. Jadi variabel kepemimpinan transformasional tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Bank Mandiri Taspen.

Pembahasan Pengaruh Sistem Penggajian terhadap Kinerja Karyawan

Sistem penggajian yang digunakan oleh PT. Bank Mandiri Taspen dengan Aplikasi *GreatDay* terbukti berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Bank Mandiri Taspen KC dan KCP Yogyakarta. Aplikasi *GreatDay* mencakup indikator-indikator yang ada di sistem penggajian, dan terbukti bekerja dengan baik sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan. Salah satu indikator sistem penggajian adalah ketepatan penerimaan gaji.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas karyawan menjawab bahwa aplikasi *GreatDay* mampu menampilkan gaji sesuai dengan kesepakatan atau ketepatan. Kemampuan aplikasi *GreatDay* dalam menampilkan gaji sesuai yang disepakati membuat karyawan tidak perlu khawatir apakah gaji yang diterima sudah sesuai atau tidak. Dengan diterimanya gaji sesuai kesepakatan maka timbul kepercayaan karyawan kepada perusahaan. Kepercayaan tersebut mampu meningkatkan kinerja karyawan.

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan

Budaya organisasi yang dikembangkan di PT Bank Mandiri Taspen terbukti mampu meningkatkan kinerja karyawan. Salah satu indikator budaya organisasi adalah

orientasi tim. Orientasi tim yang hidup dalam diri setiap karyawan dalam bekerja menunjukkan karyawan lebih mengutamakan kepentingan tim dari pada kepentingan individual. Ketika karyawan lebih mengutamakan kepentingan tim maka akan menciptakan kerjasama tim yang baik. Kerjasama tim yang baik dapat menimbulkan perasaan saling percaya dan dukungan sesama rekan karyawan yang mampu untuk meningkatkan kinerja karyawan. Selanjutnya, budaya organisasi yang berupa kegiatan makan bersama disetiap akhir bulan yang dinamakan “Sendok, Garpu, Piring”, nampaknya mampu memperat dukungan karyawan.

Pengaruh Kepemimpinan yang Transformasional terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil penelitian ini, gaya kepemimpinan transformasional ternyata terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Bank Mandiri Taspen. Sebagai perusahaan milik pemerintah dan sudah cukup lama usianya, Bank Mandiri Taspen memiliki sistem birokrasi yang kuat. Sistem birokrasi yang kuat ini mempengaruhi bagaimana karyawan bekerja. Sistem birokrasi menjadikan karyawan lebih patuh dan taat terhadap peraturan dan prosedur kerja yang ada daripada kepada pemimpin.

Begitu pula dengan pemimpin, dengan adanya sistem birokrasi, maka pemimpin pun memimpin karyawan dengan memberi arahan kerja sesuai dengan sistem birokrasi yang berlaku demi mempertahankan stabilitas perusahaan. Dengan adanya sistem birokrasi maka kepemimpinan transformasional kurang terlihat disini. Sistem birokrasi yang kuat mampu mengalahkan indikator kepemimpinan transformasional yaitu pengaruh ideal, inspirasi, stimulasi intelektual dan pertimbangan individual.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan beberapa Kesimpulan terkait sistem penggajian, budaya organisasi, kepemimpinan dan

kinerja karyawan. Pertama, penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel sistem penggajian berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan PT. Bank Mandiri Taspen. Sistem penggajian dengan Aplikasi *GreatDay* tersebut mampu membuat karyawan merasa kerja kerasnya dihargai dan karyawan merasa aman secara finansial sehingga karyawan dapat meningkatkan kinerjanya.

Kedua, budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan PT. Bank Mandiri Taspen. Budaya organisasi membentuk karyawan untuk bertindak sesuai dengan nilai yang diciptakan perusahaan. Nilai-nilai kerja yang dihidupi dan diyakini karyawan mampu menyokong mereka untuk selalu meningkatkan kinerjanya. Kesimpulan ketiga, kepemimpinan transformasional

tidak terbukti berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Bank Mandiri Taspen. Gaya kepemimpinan transformasional kurang begitu dibutuhkan dalam perusahaan yang memiliki sistem birokrasi seperti perbankan.

Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, Aplikasi *GreatDay* dalam sistem penggajian di PT Bank Mandiri Taspen perlu dipertahankan demi meningkatkan kinerja karyawan. Demikian juga, budaya organisasi yang sudah tertanam dalam benak karyawan sebaiknya tetap dijaga konsistensinya pelaksanaannya. Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan gaya kepemimpinan lain seperti kepemimpinan yang melayani, untuk menguji pengaruhnya terhadap kinerja karyawan.

DAFTAR REFERENSI

- Agus, M. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kesyahbandaran Dan Otoritas Pelabuhan Pantoloan. *Katalogis*, 5(7).
- Bass, A. (2017). *Transformasional Leadership Second Edition*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bass, A. (1990). Developing transformational leadership and beyond. *Journal of European industrial training*, 21-27.
- Davis, F. (1989a). Davis' Technology Acceptance Model (TAM) 1989: Information Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends.
- Davis, F. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information. *Management Information System Quarterly*, 319-339.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan prgoram IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2011). *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition*. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Hendika, E. N., & Mildawati, T. (2018). Pengaruh sistem penggajian dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(3).
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Magrifah. (2019). Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional, motivasi kerja dan organizational citizen behaviour terhadap kinerja karyawan pada PT. BNI Cabang Palu. *Jurnal Katalogis* 3(10).
- Mas'ud, F. (2004). *Survai Diagnosis Organisasional Konsep dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mujanah. (2019). *Manajemen Kompensasi*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara (PMN).
- Meutian. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*.

- Mulyadi. (2016). Sistem Akuntansi Edisi Keempat. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Robbins, S. (2018). Essentials of Organizational Behaviour Canadian Edition. Canada: Pearson Canadian Inc.,
- Robbins, S. (2019). Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Rose. (2006). Academy of World Business, Marketing & Management Development Conference Proceedings, 122-129.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Utama, Y. W. (2017). Pengaruh Motivasi, Sistem Penggajian, dan Kompetensi Berorientasi Pada Target Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sinar Advertama Servicindo (Sas Advertising) (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Wibowo. (2016). Budaya Organisasi Edisi Kedua. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, CURRENT RATIO DAN DEBT TO ASSET RATIO TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Adityar Kirana, Rispantyo

Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Email: rispantyo@gmail.com

ABSTRACT

Financial performance may be assessed by examining and assessing historical financial data, often used to forecast the company's future financial status and performance. This study utilises quantitative data and secondary research sources from the IDX website for the year 2018-2022. This study involves a population of 65 firms. Purposive sampling was employed to acquire a sample of 12 firms. Methods for analysing data include hypothesis testing, multiple linear regression, descriptive statistics, and evaluating classical assumptions. The study findings indicate that Company Size has a favourable but insignificant impact on Financial Performance. When it comes to financial performance, the current ratio has a small but beneficial impact, whereas the debt-to-asset ratio has a big negative one.

Keywords: *Company Size, Current Ratio, Debt to Asset Ratio, Financial Performance*

ABSTRAK

Kinerja keuangan dapat dinilai dengan memeriksa dan menilai laporan keuangan historis, yang sering digunakan untuk meramalkan kondisi dan kinerja keuangan masa depan perusahaan. Studi ini menggunakan data kuantitatif yang bersumber dari data sekunder. Populasinya adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI untuk tahun 2018-2022. Survei ini melibatkan populasi 65 perusahaan. Purposive sampling digunakan untuk memilih total 12 perusahaan. Teknis analisis data meliputi analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan dan Current Ratio berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, tetapi tidak signifikan. Debt to Asset Ratio berpengaruh negatif signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

Kata kunci: *Ukuran Perusahaan, Rasio Lancar, Debt to Asset Ratio, Kinerja Keuangan*

PENDAHULUAN

Indonesia menjadi negara di Asia Tenggara yang telah menjadi tujuan investasi. Salah satu alasannya adalah Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah. Kondisi tersebut mendorong investor mendirikan perusahaan pertambangan. Melalui sektor pertambangan ini, produktivitas dan investasi dapat ditingkatkan, dan berdampak pada peningkatan ekspor dan terbukanya lapangan kerja. Oleh karena itu, perusahaan pertambangan berperan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor pertambangan ialah sektor yang mempunyai ciri usaha padat modal dan padat teknologi. Perusahaan harus memanfaatkan kemampuannya untuk mampu bersaing di era saat ini. Artinya perusahaan perlu meningkatkan kemampuan dibidang operasional dan penilaian kinerja perusahaan, sehingga diperoleh gambaran kondisi keuangan yang mencerminkan pencapaian perusahaan selama periode tertentu.

Menganalisis akun keuangan memungkinkan perusahaan melihat dan mengukur kinerja keuangannya. Kinerja keuangan perusahaan merupakan upaya perusahaan untuk menghasilkan laba sebagai ukuran keberhasilannya. Masa depan, potensi, dan perkembangan perusahaan dalam memanfaatkan sumber dayanya dapat dipahami dari kinerja keuangannya (Makatita, 2016).

Kinerja keuangan ialah salah satu cara untuk mencari tahu apakah tujuan yang telah ditetapkan suatu perusahaan telah tercapai atau belum. Kinerja keuangan yang maksimal dapat diperoleh dengan memanfaatkan kendali suatu perusahaan. Salah satu perusahaan pertambangan di Indonesia adalah PT. Bukit Asam Tbk (PTBA) pada semester I - 2023 mencatatkan laba bersih senilai Rp 2,8 triliun, laba itu turun 54,8% dibanding periode yang sama tahun 2022 senilai Rp 6,2 triliun. Hal ini terjadi bersamaan dengan kenaikan pendapatan yaitu sebesar Rp 18,9 triliun. Penurunan laba bersih ini seiring dengan meningkatnya beban usaha dan beban pengiriman yang menjadi penyebab kenaikan beban usaha, terutama

aspek kinerja keuangan (www.cnbindonesia.com).

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa ukuran lembaga ialah salah satu variabel yang mungkin mempengaruhi kesuksesan finansial. Kinerja keuangan diberi dampak secara positif oleh ukuran perusahaan, menurut penelitian oleh Meiyana dan Aisyah (2019). Dampak ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan sangat besar, menurut penelitian oleh Setiadi (2021). Penelitian Azzahra dan Wibowo (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangannya menjadi lebih baik. Namun penelitian yang dilakukan oleh Astuti, Erawati, dan Ayem (2021) membuktikan bahwa ukuran lembaga berdampak negatif pada kinerja keuangan. Analisis yang dilaksanakan oleh Septiano dan Mulyadi (2023) membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan pada kinerja keuangan.

Kinerja keuangan dapat dipengaruhi juga oleh faktor *Current Ratio*. Hal ini disampaikan oleh Sitohang dan Wulandari (2020) pada analisisnya membuktikan bahwa CR berdampak signifikan pada kinerja keuangan. Pada analisis Tasmil, Malau, dan Nasution (2019) membuktikan bahwa CR berdampak positif dan signifikan pada kinerja keuangan. Pada penelitian Oktapiani dan Kantari (2021) membuktikan bahwa *Current Ratio* berdampak positif dan signifikan pada kinerja keuangan. Hasil yang berbeda ditunjukkan dalam penelitian Chanifah dan Budi (2019) serta Indriastuti dan Ruslim (2020) membuktikan bahwa CR berdampak negatif dan tidak signifikan pada kinerja keuangan. Aspek lain yang memberi dampak pada kinerja keuangan ialah DAR. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Azzahra dan Wibowo (2019) serta Chanifah dan Budi (2019) hasil analisisnya membuktikan bahwa DAR berdampak signifikan pada kinerja keuangan. Namun, berbeda dengan Agustina dan Santosa (2019) serta Rahmatin dan Kristanti (2020) yang memberikan bukti bahwa DAR tidak

memiliki dampak signifikan pada kinerja keuangan.

Menurut fenomena dan latar belakang tersebut maka, analisis ini ditujukan untuk mendapatkan bukti empiris tentang apakah ukuran perusahaan, CR dan DAR dapat memberi dampak pada kinerja keuangan. Adapun perbedaan analisis ini dengan analisis yang lain ialah sampel yang digunakan yaitu perusahaan pertambangan yang ada di BEI tahun 2018-2022.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian Literatur

Teori Sinyal (signalling theory)

Teori sinyal pertama kali ditemukan oleh Spence dengan judul *Job Market Signaling*. Menurut Spence (1973), sinyal informasi mewakili keadaan perusahaan dan berguna bagi penerima ketika dikirim oleh pengirim, yang juga pemilik sinyal. Investor akan menggunakan rincian yang dirilis sebagai sinyal untuk memandu pilihan investasi mereka. Salah satu jenis informasi yang bisa jadi sinyal bagi investor ialah *annual report* berupa informasi mengenai laporan keuangan dan informasi non akuntansi. Wawasan yang sudah dipaparkan oleh lembaga dan diterima oleh investor akan ditafsirkan dan dianalisa lebih dulu apakah merupakan *good news* atau justru merupakan *bad news* (Jogiyanto, 2010).

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan suatu hal yang diperlukan karena laporan tersebut beserta angka-angka yang terkandung di dalamnya merupakan sarana untuk mengkomunikasikan informasi keuangan baik di dalam ataupun di luar lembaga. Laporan keuangan berperan penting dalam berbagai keputusan (Puspitarini, 2019).

Kinerja Keuangan

Profitabilitas, kecukupan modal, dan likuiditas adalah tiga ukuran kesehatan keuangan perusahaan yang bersama-sama memberikan gambaran tentang situasi

keuangannya selama periode waktu tertentu. (Jumingan, 2011). Kinerja keuangan yaitu suatu analisa yang dilaksanakan untuk melihat sejauh mana suatu lembaga sudah melaksanakan peraturan pengimplementasian keuangan dengan baik dan benar (Puspitarini, 2019).

Ukuran Perusahaan

Hartono (2012) menyatakan bahwa total aset atau jumlah aset yang dinilai menggunakan nilai logaritmik total aset adalah cara untuk menentukan ukuran perusahaan. Total aset diyakini berdampak pada ketepatan waktu dan menunjukkan skala organisasi, itulah sebabnya total aset digunakan. Menurut pemaparan sebelumnya, ukuran perusahaan ditentukan oleh asetnya. Logaritma dari total nilai aset adalah ukuran besarnya aset.

Current Ratio

Current Ratio adalah ukuran likuiditas perusahaan yang memperhitungkan total aset lancar yang dapat diakses dibagi dengan komitmen jangka pendeknya dengan jatuh tempo dalam waktu dekat (Hery, 2018). Sederhananya, rasio lancar ini menggambarkan hubungan antara aset lancar perusahaan dan kewajiban lancar secara keseluruhan. *Current Ratio* adalah cara untuk melihat likuiditas perusahaan. Ini menunjukkan seberapa baik aset lancarnya menutupi utang jangka pendeknya.

Debt to Asset Ratio

Salah satu cara untuk mengevaluasi kesehatan keuangan lembaga ialah dengan melihat rasio utang terhadap asetnya. Peningkatan rasio pinjaman terhadap investasi menunjukkan bahwa sebagian besar uang perusahaan digunakan untuk memperoleh aset yang berpotensi membuat pendapatan. (Syamsuddin, 2006). Jadi DAR ialah rasio yang mengukur sejauh mana suatu lembaga dibiayai oleh hutang dan keterampilan lembaga dalam mencukupi kewajibannya dengan aset atau kekayaan yang dimilikinya.

Pengembangan Hipotesis

1. Dampak Ukuran Perusahaan pada Kinerja Keuangan.

Menurut Fahmi (2013), ukuran suatu lembaga dapat berpengaruh pada kinerja keuangannya dan keakuratan laporan keuangannya. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan melihat total asetnya, yang dapat dimanfaatkan untuk operasi, atau dengan melihat total penjualannya. Menurut studi yang dikutip oleh Azzahra dan Wibowo (2019), hubungan antara ukuran perusahaan dan kesuksesan finansial yang diukur dengan ROA adalah positif dan signifikan secara statistik. Berdasarkan uraian tersebut, maka bisa dirumuskan hipotesis yaitu:

H1. Ukuran perusahaan berdampak positif dan signifikan pada kinerja keuangan.

2. Dampak *Current Ratio* pada Kinerja Keuangan.

Current Ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan lembaga dalam memenuhi kebutuhan utang jangka pendek pada saat jatuh tempo. Semakin tinggi rasio lancar berarti semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, hingga pemegang saham tertarik untuk berinvestasi di perusahaan. Hasil analisis yang dilaksanakan oleh Tasmil, Malau dan Nasution (2019), Sitohang, dan Wulandri (2020), serta Oktapiani dan Kantari (2021) menyatakan bahwa CR berdampak positif dan signifikan pada kinerja keuangan. Menurut paparan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu: **H2. Current Ratio berdampak positif dan signifikan pada kinerja keuangan.**

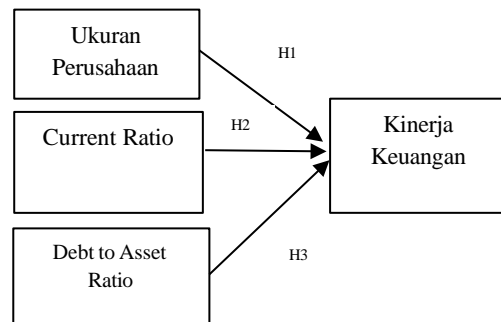
3. Dampak DAR pada Kinerja Keuangan. Sebagai ukuran total utang terhadap total aset, DAR adalah metrik keuangan umum. Untuk mendapatkan DAR, seseorang harus membandingkan seluruh utang perusahaan dengan total asetnya (Kasmir, 2008). Azzahra dan Wibowo (2019) mendukung hal ini dengan

menunjukkan bahwa rasio utang terhadap aset secara signifikan merugikan hasil keuangan. Karena korelasi antara DAR dan risiko keuangan, profitabilitas dan kinerja perusahaan akan menderita ketika tingkat utangnya tinggi. Menurut uraian tersebut, maka bisa dirumuskan hipotesis yaitu:

H3. Debt to Asset Ratio berdampak negatif dan signifikan pada kinerja keuangan.

Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan untuk menggambarkan pengaruh ukuran perusahaan, CR dan DAR pada kinerja keuangan yaitu:



Gambar 1. Model Penelitian

METODA PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model kuantitatif. Data yang dipakai ialah data sekunder yang sumbernya dari laporan keuangan perusahaan sektor perusahaan pertambangan dan telah tercatat di situs resmi BEI tahun 2018-2022. Teknik pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling* dimana teknik ini memerlukan kriteria tertentu yang sudah ditetapkan. Kriteria pemerolehan sampel antara lain lembaga pertambangan yang telah ada di BEI pada 2018-2022 antara lain: perusahaan pertambangan yang memiliki laporan keuangan yang dipublikasikan pada tahun 2018-2022; lembaga yang tidak merugi dalam 2018-2022; perusahaan yang

mempunyai laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil Uji Statistik penelitian ini ditunjukkan pada tabel 1.

c. Analisis Deskriptif Variabel DAR. Salah satu rasio utang yang melihat berapa banyak utang yang dimiliki perusahaan dalam kaitannya dengan total asetnya adalah rasio utang terhadap aset. Menghitung proporsi utang perusahaan yang digunakan

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	Std. Dev
Ukuran Perusahaan	10,05	26,38	16,0676	1,944039
Current Ratio	-0,84	5,75	0,8895	0,85086
Debt to Asset Ratio	-0,04	0,71	0,2725	0,13735
Kinerja Keuangan	-0,08	0,18	0,0393	0,05366

N = 57

Sumber: Output SPSS, 2024

a. Analisis Deskriptif Variabel Ukuran Perusahaan.

Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI antara 2018 dan 2022 memiliki berbagai ukuran perusahaan, dengan rata-rata 16,0676 dan minimum 10,05 dan tertinggi 26,38. Nilai rata-rata menunjukkan bahwa manajemen memiliki waktu yang lebih mudah memakai dan mengontrol aset

untuk membiayai asetnya dilakukan dengan memakai DAR. Dari 2018 hingga 2022, DAR lembaga pertambangan yang ada di BEI kisaran antara -0,04 hingga 0,71, dengan mean 0,2725.

d. Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Keuangan.

Profitabilitas, didefinisikan sebagai kapasitas untuk menciptakan

Tabel 2. Uji Asumsi Klasik

Item	Collinearity Statistic		Durbin-Watson	Uji Glejser	Monte Carlo Sig. (2-tailed)
	Tolerance	VIF			
Ukuran Perusahaan (X1)	0,941	1,063	1,740	0,754	0,202
Current Ratio (X2)	0,635	1,576		0,306	
Debt to Asset Ratio (X3)	0,627	1,595		0,119	

Sumber: Output SPSS, 2024

menaikan kinerja keuangan seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan.

keuntungan dalam waktu tertentu dengan jumlah penjualan, aset, dan modal saham tertentu, adalah

b. Analisis Deskriptif Variabel *Current Ratio*. Likuiditas adalah metrik yang baik untuk dilihat. Kesehatan likuiditas perusahaan adalah indikator keberhasilannya. Dari tahun 2018 hingga 2022, likuiditas perusahaan tambang yang terdaftar di BEI berkisar antara -0,84 hingga 5,75, dengan rata-rata 0,8895.

pengganti kinerja keuangan dalam analisis ini. Dalam analisis ini, ROA digunakan sebagai pengganti profitabilitas. ROA mengukur sejauh mana aset berkontribusi pada penciptaan laba bersih. Sederhananya, rasio ini dipakai untuk memastikan total laba bersih yang diperoleh untuk setiap rupiah yang diinvestasikan

dalam total aset. Dari 2018 hingga 2022, ROA perusahaan pertambangan yang diselidiki di BEI kisaran -0,08 hingga 0,18, dengan rata-rata 0,0393.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik dijelaskan pada tabel 2. Dalam uji multikolinearitas harus tidak terjadi multikolinearitas (bebas multikolinearitas). Kriteria dalam uji multikolinearitas ialah Nilai Tolerance > 0,10 dan Nilai VIF < 10. Hasil menyatakan nilai tolerance X1 (Ukuran Perusahaan) = 0,941, X2 (*Current Ratio*) = 0,635 dan X3 (*Debt to Asset Ratio*) = 0,627 > 0,10 dan nilai VIF untuk variabel X1 (Ukuran Perusahaan) = 1,063, X2 (*Current Ratio*) = 1,576 dan X3 (*Debt to Asset Ratio*) = 1,595 < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

Berdasarkan tabel 2, Durbin-Watson menyatakan bahwa $du < dw < 4 - du$ yaitu $1,6845 < 1,740 < 4 - 1,6845$ hal ini menunjukkan tidak terjadi autokorelasi. Uji heteroskedastisitas harus menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Ketidakterjadiannya heteroskedastisitas diindikasikan ketika nilai *p-value* (signifikansi) > 0,05. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi *p-value* untuk X1 (Ukuran Perusahaan) = 0,754, X2 (*Current Ratio*) = 0,306, dan X3 (*Debt to Asset Ratio*) = 0,119 > 0,05 (tidak signifikan), yang menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas (dinyatakan sebagai lolos uji heteroskedastisitas).

Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel residu atau gangguan berdistribusi secara normal. Residu dianggap berdistribusi normal ketika nilai *p-value* (signifikansi) > 0,05. Uji *Monte Carlo Sig* (2-tailed) menunjukkan hasil signifikan sebesar $0,202 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa nilai residualnya memiliki distribusi normal.

Uji Hipotesis

Tabel 3 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi, uji F, dan hipotesis penelitian ini. Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dalam penelitian ini senilai 0,203.

Jadi besarnya sumbangan dampak variabel independen X₁ (Ukuran Perusahaan), X₂ (*Current Ratio*) dan X₃ (DAR) pada Y (Kinerja Keuangan) senilai 20,3%. Sisanya $(100\% - 20,3\%) = 79,7\%$ dinyatakan oleh variabel lain diluar model misalnya DER, *Current Asset*, dan Struktur Modal.

Tabel 3 menjelasmenyatakan bahwa model regresi ini mempunyai signifikansi senilai $0,002 < 0,05$. Maka H₀ ditolak dan H_a diterima, berarti ada dampak secara bersama-sama (secara simultan) variabel independen X₁ (Ukuran Perusahaan), X₂ (*Current Ratio*) dan X₃ (DAR) terhadap Y (Kinerja Keuangan).

Uji hipotesis dimaksudkan untuk menganalisis ada atau tidaknya dampak ukuran perusahaan, CR dan DAR pada kinerja keuangan. Tabel 3 menampilkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini. Dari Tabel 3 didapatkan Persamaan Regresi:

$$y = 0,012 + 0,004x_1 + 0,007x_2 - 0,153x_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi diatas yaitu:

$a = 0,012$ (positif) berarti jika X₁ (Ukuran Perusahaan) = 0, X₂ (*Current Ratio*) = 0 dan X₃ (*Debt to Asset Ratio*) = 0 maka Y (Kinerja Keuangan) adalah 0,012%

$b_1 = 0,004$ (Ukuran Perusahaan berdampak positif pada Kinerja Keuangan) artinya jika X₁ (Ukuran Perusahaan) naik senilai 1% maka Y (Kinerja Keuangan) akan naik senilai 0,004% dengan asumsi X₂ (*Current Ratio*) dan X₃ (*Debt to Asset Ratio*) konstan / tetap.

$b_2 = 0,007$ (*Current Ratio* berdampak positif pada Kinerja Keuangan) artinya jika X₂ (*Current Ratio*) naik senilai 1% maka Y (Kinerja Keuangan) akan naik senilai 0,007% dengan asumsi variabel X₁ (Ukuran Perusahaan) dan X₃ (*Debt to Asset Ratio*) konstan / tetap.

$b_3 = -0,153$ (*Debt to Asset Ratio* berdampak negatif pada Kinerja Keuangan) berarti apabila X₃ (*Debt to Asset Ratio*) naik senilai 1% maka Y (Kinerja Keuangan) akan naik senilai -0,153% dengan asumsi variabel X₁ (Ukuran Perusahaan) dan X₂ (*Current Ratio*) konstan / tetap.

Berdasarkan tabel 3, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel

ukuran perusahaan memiliki tingkat signifikansi 0,256, dibawah batas toleransi 0,05 yang berarti hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan tidak terdukung. Selanjutnya, variabel *current ratio* memiliki tingkat signifikansi 0,472, dibawah batas toleransi 0,05 yang berarti hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh terhadap kinerja keuangan tidak terdukung. Terakhir, variabel Debt to Asset Ratio (DAR) memiliki tingkat signifikansi 0,012, dibawah batas toleransi 0,05 yang berarti hipotesis ketiga yang menyatakan DAR berpengaruh terhadap kinerja keuangan diterima.

Pembahasan

Tabel 3 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh kepada

yang menunjukkan bahwa *Current Ratio* tidak berdampak signifikan pada kinerja keuangan.

Terakhir, tabel 3 menyatakan DAR berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil analisis ini relevan dengan analisis yang dilaksanakan oleh Azzahra dan Wibowo (2019) yang menyatakan bahwa DAR berdampak negatif dan signifikan pada kinerja keuangan. Jika DAR naik maka kinerja keuangan akan turun. Hal ini disebabkan karena tingginya tingkat utang menandakan beban perusahaan semakin bertambah sehingga kinerja keuangan menurun.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan *current ratio* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan pertambangan yang

Tabel 3.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	Uji t (Signifikasi)
(Constant)	0,012	0,9851
Ukuran Perusahaan (X1)	0,004	0,256
Current Ratio (X2)	0,007	0,472
Debt to Asset Ratio (X3)	-0,153	0,012
Uji F		0,002
Adjusted R ²		0,203
N		57
Variabel Dependen		Kinerja Keuangan

** signifikan pada $\alpha = 5\%$

Sumber: Output SPSS, 2024

kinerja keuangan. Hal ini relevan dengan analisis yang dilaksanakan oleh Septiano dan Mulyadi (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan pada kinerja keuangan. Besar kecilnya perusahaan tidak bisa langsung diidentikkan dengan kinerja perusahaan. Artinya ukuran lembaga tidak bisa jadi jaminan bahwa suatu perusahaan besar akan mempunyai kinerja keuangan yang baik.

Selanjutnya, tabel 3 menunjukkan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil analisis ini sejalan dengan analisis sebelumnya yang dilaksanakan oleh Chanifah dan Budi (2019) serta Indriastuti dan Ruslim (2020)

tercatat di BEI tahun 2018-2022, sehingga, H1 dan H2 tidak terdukung. *Debt to Asset Ratio* (DAR) berpengaruh negatif signifikan pada kinerja keuangan pada perusahaan pertambangan yang tercatat di BEI tahun 2018-2022. Dengan demikian, H3 terbukti.

Dalam melakukan penelitian, penulis mempunyai keterbatasan yaitu periode analisis yang dipakai hanya 5 tahun peninjauan yaitu tahun 2018-2022. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah tahun pada masing-masing perusahaan. Dan analisa ini hanya menguji beberapa aspek yang memberi dampak pada kinerja keuangan yaitu ukuran perusahaan, rasio lancar dan rasio hutang terhadap aset. Diharapkan bagi peneliti berikutnya dapat

menambahkan variabel rasio keuangan lain yang belum peneliti masukkan pada analisis

ini, sebab masih banyak rasio keuangan yang mempengaruhi kinerja keuangan.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, R. C., & Santosa, A. (2019). Pengaruh DAR, DER dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan perusahaan Farmasi. *CAPITAL (Jurnal Ekonomi & Manajemen)*, 1-34.
- Andhan, D. (2019). Pengaruh Debt To Total Asset Ratio (DAR) dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Net Profit Margin (NPM) Serta dampaknya terhadap Harga Saham pada Perusahaan Elektronik di Bursa Efek Tokyo tahun 2007-2016. *JURNAL SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*. 3(1), 45-64.
- Astuti, Y., Erawati, T., & Ayem, S. (2021). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Manajemen Aset, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan. *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(2).
- Azzahra, A. S., & Wibowo, N. (2019). Pengaruh Firm Size dan Leverage Ratio Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 9(1), 13–20. <https://doi.org/10.55601/jwem.v9i1.588>
- Brigham & Houston. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. (2023). *Laporan Keuangan & Tahunan*. Dalam www.idx.co.id. Diakses pada 20 Oktober 2023.
- Chanifah, S., & Budi, A. (2019). Analisis Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan. *Dynamic Management Journal*, 3 (2).
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fadillah, I. (2018). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Asing Dan Domestik Yang Go Publik di Indonesia*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi 4*. BP-UNDIP. Semarang.
- Herlina, D. (2021). Pengaruh Current Ratio dan Debt to Equity Ratio Terhadap Return On Assets pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di BEI Tahun 2016—2018. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsuraya*, 1(NO.1), 7.
- Herlina, D. (2021). Pengaruh Current Ratio dan Debt to Equity Ratio Terhadap Return On Assets pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsuraya*, 1(1).
- Hery. (2018). *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition*. Cetakan Ketiga. PT. Gramedia: Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2010). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Indriastuti, A.M., & Ruslim, H. (2020). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas, dan Rasio Aktivitas terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4): 855-862.
- Iskandar, F. (2021). Pengaruh Current Ratio dan Total Asset Turnover Terhadap Return On Asset (Studi Kasus Industri Pertambangan Sub Sektor Minyak Dan Gas Bumi di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 109. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.235>
- Jannah, M., Tarmizi., & Awal Habibah, G. W. I (2023). Pengaruh Debt to Asset Ratio (DAR) Dan Debt to

- Equity Ratio (DER) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Index Saham Syariah Indonesia Periode 2017-2022. (EKSYA) Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Madina. 4(1), 92-115.
- Jumingan. (2011). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jogiyanto, (2010). Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kasmir. (2008). Analisis laporan Keuangan. Rajawali Pers. Jakarta
- Makatita, R. F. (2016). Pentingnya Kinerja Keuangan dalam Mengatasi Kesulitan Keuangan Bisnis Semen BUMN Pasca Masuknya Industri PMA Semen Secara Massive di Indonesia Comparative Analysis of Financial Performance of SOE Cement Companies in the Post-Entry of Massive Foreign Capital Companies of Ce. The International Journal of Applied Business, 2(1), 1-9.
- Meiyana, A., & Aisyah, M.N. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening. Jurnal Nominal, 8(1): 1-18.
- Oktapiani, S., & Kantari, S. J. (2021). Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019). Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan, 5(2): 269 – 282.
- Puspitarini, S. (2019). Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas dan Size Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 5(1):78.
- Rahmatin, M., & Kristanti, I. N. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance, Leverage, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. 2(4), 655-669.
- Septiano, R., & Mulyadi, R. (2023). Pengaruh Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi, 3(2), 525–535.
- Setiadi, I. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan. Jurnal Inovasi, 17(4).
- Sitohang, A.W., & Wulandari, B. (2019). Pengaruh Curent Ratio, Debt to Equity Ratio, Earning Per Share, terhadap Kinerja Keuangan. Journal of Education, Humaniora, and Social Science, 3(2): 577-585.
- Syamsuddin, L. (2006). Manajemen keuangan perusahaan. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.
- Sari, P. (2019). Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas dan Size Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis. 5(1)
- Sari, S. (2021). Pengaruh Total Assets Turn Over Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. The Quarterly Journal of Economics, 87 (3): 355-374.
- Tasmil, L.J., Malau, N., & Nasution, M. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* Terhadap Kinerja Keuangan PT. Sirma Pratama Nusa. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 2(2): 2599-3410.

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, REVENGE TOURISM, DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN OBELIX SEA VIEW

Nathaniel Putra Caesar Antolis

Ety Istriani

Prodi Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

ettyis@staff.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This research aims to investigate the impact of fear of missing out and revenge tourism on tourists' decision to visit Obelix Sea View after the covid-19 pandemic. The study adopts a quantitative method using purposive sampling to identify 100 respondents who are visitors of Obelix Sea View and actively use social media. The analytical methods include multiple linear regression tests, followed by hypothesis testing such as t-test. The research findings indicate that both fear of missing out and revenge tourism have an impact on tourists' decision to visit Obelix Sea View, both partially and simultaneously. These findings contribute significantly to understanding the motivating factors influencing tourists' travel decisions post-covid-19 in specific tourist destinations, particularly in Obelix Sea View.

Keywords: *Fear of Missing Out, Revenge Tourism, Visit Decision*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menginvestigasi dampak dari fear of missing out dan revenge tourism terhadap keputusan berkunjung para wisatawan di Obelix Sea View setelah masa pandemi covid-19. Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling untuk mengidentifikasi 100 responden yang merupakan pengunjung Obelix Sea View dan aktif menggunakan media sosial. Metode analisis mencakup uji regresi linier berganda, diikuti dengan uji hipotesis dengan uji-t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik fear of missing out maupun revenge tourism memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Obelix Sea View, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang memotivasi keputusan perjalanan wisatawan pasca pandemi covid-19 di destinasi wisata tertentu, khususnya di Obelix Sea View.

Kata kunci: *Ketakutan Kehilangan Pengalaman, Wisata Balas Dendam, Keputusan Berkunjung.*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata memiliki peran yang krusial terhadap struktur ekonomi suatu negara. Industri pariwisata telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dan teknologi informasi serta media sosial telah memainkan peran yang semakin signifikan dalam mempengaruhi perilaku wisatawan. Pandemi Covid-19 telah mengguncang industri pariwisata secara global, dan sebagai respon, *revenge tourism* muncul sebagai tren dimana wisatawan mencari peluang untuk memulihkan kembali pengalaman perjalanan yang terhenti selama periode pembatasan perjalanan. Wisata balas dendam atau *revenge tourism* adalah aktivitas bertamasya oleh wisatawan setelah lamanya berdiam diri di rumah karena Covid-19, sehingga wisatawan pun tidak sabar untuk mengunjungi tempat wisata pasca pandemi covid-19 (Kertajaya 2020; Sudjana et al 2021). Setelah dinyatakan bahwa pandemi Covid-19 telah usai oleh Presiden Indonesia pada 21 Juni 2023, banyak wisatawan yang terdorong untuk melakukan banyak perjalanan wisata sebagai bentuk "balas dendam" karena kegiatan wisata yang dibatasi selama kurang lebih 3 tahun. Baik *fear of missing out* maupun *revenge tourism* memiliki kaitan yang erat dengan keputusan untuk berwisata, terutama pasca pandemi Covid-19. *Revenge tourism* muncul sebagai respons terhadap periode pembatasan perjalanan selama pandemi Covid-19. Wisatawan yang telah lama terhalang untuk melakukan perjalanan merasa tertarik untuk "membalas dendam" dengan merencanakan perjalanan mereka. Dalam konteks ini, *fear of missing out* memainkan peran penting, karena *fear of missing out* didefinisikan sebagai kekhawatiran terhadap kehilangan pengalaman yang menarik. Wisatawan yang terdampak *fear of missing out* cenderung lebih termotivasi untuk segera melakukan perjalanan pasca-pandemi, termasuk dalam *revenge tourism*.

Untuk mendukung program Gubernur DIY juga agar tempat wisata mampu bertahan dalam persaingan bisnis wisata di media sosial, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian perihal "Pengaruh *Fear of Missing Out* dan

Revenge Tourism terhadap keputusan berkunjung wisatawan Obelix Sea View, Gunung Kidul".

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian Literatur

Fear of missing out

Fear of missing out dapat dinyatakan sebagai keadaan perasaan kecemasan dan ketakutan yang timbul ketika seseorang merasa tertinggal atau melihat bahwa rekan mereka mengalami pengalaman yang lebih memuaskan daripada yang mereka alami dan berkeinginan untuk mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompok mereka agar diterima di kalangan sosial (Santoso et al 2021). Przybylski et al (2013) memberikan definisi *fear of missing out* sebagai kecemasan yang merambat ketika individu merasa bahwa orang lain tengah menjalani pengalaman yang lebih memuaskan atau berharga, yang ditandai oleh dorongan untuk senantiasa menjaga koneksi dengan orang lain.

Fear of missing out merujuk pada ketakutan individu terhadap kehilangan peluang untuk mengalami suatu pengalaman yang dianggap memiliki kontribusi terhadap pencapaian tujuan individu baik dari aspek pribadi maupun sosial. Ketakutan ini muncul karena dorongan intrinsik, seperti keinginan untuk merasakan kesenangan atau kepuasan, dan juga dapat dipicu oleh dorongan ekstrinsik, seperti keinginan untuk mempertahankan atau meningkatkan status sosial mereka (Zhang 2018) Secara umum, *fear of missing out* adalah bentuk kecemasan akan ketidakmampuan seseorang untuk mengikuti apa yang sedang tren, dan ingin untuk melakukan tren tersebut agar tidak ketinggalan tren untuk sebagai kebutuhan sosial.

Istilah "*fear of missing out*" telah lama muncul dan fenomena psikologis di mana individu mengalami kecemasan berlebihan, seperti menjadi sangat tertarik pada aktivitas yang dilakukan oleh orang lain atau pada hal-hal yang sedang populer (Przybylski et al

2013; Suhartini dan Maharani 2023). *Fear of missing out* merupakan terminologi yang diperkenalkan pada tahun 2004 untuk menjelaskan fenomena yang teramati di jejaring sosial (Sasongko et al 2023). Dalam konteks aspek sosial dan psikologis, perkembangan *fear of missing out* telah menjadi perhatian yang semakin meningkat. Secara psikologis, *fear of missing out* merupakan jenis ketergantungan yang mendorong individu untuk meluangkan banyak waktu di media sosial karena ketakutan mereka akan kehilangan hal terbaru dan tidak mendapatkan informasi tentang apa yang terjadi di berbagai media (Muntoliah 2023).

Fear of missing out juga adalah situasi dimana seseorang menderita gejala obsesi terhadap hal yang sedang tren (Przybylski 2013; Santoso et al 2021) ini dimanfaatkan oleh bagian pemasaran yang mengarah pada perilaku kompulsif dengan diberikan dorongan pada penentuan keputusan pelanggan (Santoso et al 2021). Perusahaan-perusahaan jaman modern semakin proaktif dalam mengantisipasi dan menanggapi perilaku konsumen yang terpengaruh oleh *fear of missing out* melalui peningkatan pemanfaatan media sosial dalam berbagai dimensi pemasaran, melibatkan aspek-aspek seperti *branding*, riset pasar, manajemen relasi pelanggan, pelayanan pelanggan, dan promosi penjualan. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan telah memberikan bukti empiris tentang keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan dan juga telah memberikan panduan rinci tentang cara meningkatkan dan mengoptimalkan strategi pemasaran melalui media sosial (Sasongko et al 2023).

Perilaku *fear of missing out* ditunjukkan oleh tiga indikator (Przybylski 2013; Anggraeni 2020) yaitu:

1. Ketakutan

Ketakutan dapat dikonseptualisasikan sebagai suatu keadaan emosional yang kompleks yang muncul pada individu saat mereka merasakan adanya ancaman atau kecemasan. Menurut Kamus Besar Bahasa

Indonesia (KBBI), ketakutan adalah suatu peristiwa dimana manusia mengalami rasa gentar ketika dihadapkan pada situasi yang dianggap membawa bencana. Ketakutan adalah reaksi emosional yang muncul pada seseorang sebagai respons terhadap rangsangan dari luar yang dianggap sebagai potensi ancaman terhadap individu tersebut (Şahin dan Topan 2019).

2. Kekhawatiran

Kekhawatiran dapat dijelaskan sebagai perasaan ketakutan terhadap sesuatu yang belum diketahui dengan jelas atau pasti (Astuti et al 2022). Kekhawatiran dalam konteks *fear of missing out* dapat diinterpretasikan sebagai respons emosional yang timbul ketika individu menyadari bahwa orang lain sedang mengalami kejadian atau pengalaman yang menyenangkan tanpa partisipasi mereka, sehingga menciptakan perasaan bahwa mereka telah kehilangan kesempatan untuk berbagi momen tersebut bersama rekan mereka. Perasaan ini seringkali melibatkan perasaan cemburu, keresahan, atau kehilangan, dan dapat memengaruhi hubungan sosial dan emosional seseorang. Dalam situasi semacam ini, kekhawatiran dapat menjadi faktor yang memotivasi seseorang untuk mencari keterlibatan sosial atau berpartisipasi dalam peristiwa yang sesuai dengan harapan mereka.

3. Kecemasan

Kecemasan adalah suatu kondisi yang melibatkan kekhawatiran, gelisah, serta perasaan negatif, yang dapat mengakibatkan keraguan dalam pengambilan keputusan, kesulitan berkonsentrasi, dan tingkat sensitivitas yang lebih tinggi (Utami 2021). Kecemasan dapat diartikan sebagai respons emosional dan fisiologis yang muncul dalam diri seseorang sebagai bentuk dari persepsi terhadap situasi atau kejadian yang tidak menyenangkan. Respon ini dapat terjadi baik saat seseorang sedang terhubung atau tidak terhubung dalam suatu kejadian, pengalaman, atau percakapan dengan individu lainnya. Berbeda dengan

kekhawatiran, dilansir dari *halodoc* (2019) kecemasan merupakan respon tubuh sehingga berdampak pada mental, sedangkan kekhawatiran merupakan respon pikiran. Kecemasan seringkali melibatkan perasaan gelisah, ketegangan, atau perasaan tidak nyaman yang mendalam, dan dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis dan fisik seseorang. Dalam beberapa kasus, kecemasan dapat menjadi sinyal bahwa seseorang merasa terancam atau perlu mengambil tindakan tertentu untuk mengatasi situasi yang menyebabkan kecemasan tersebut.

Secara pribadi, *fear of missing out* memiliki dampak psikologis. Dampak dari *fear of missing out* akan sangat mempengaruhi kesehatan mental, apabila kesehatan mental terganggu, maka akan mempengaruhi kegiatan sehari-hari (Muntoliah 2023). Penelitian dari Osemeahon dan Agoyi (2020) telah menemukan *fear of missing out* memiliki dampak pada loyalitas dan perilaku konsumen, sehingga telah memberi banyak manfaat bagi sejumlah perusahaan yang bergerak di media sosial (Sasongko 2023). Aspek sosial juga menjadi area dampak *fear of missing out*, dimana seseorang menjadi lebih aktif di media sosial untuk lebih terbuka dengan dunia luar sehingga mampu menambah relasi lebih luas (Muntoliah 2023).

Revenge Tourism

Revenge tourism adalah sebuah bentuk pelampiasan juga “balas dendam” wisatawan untuk berwisata karena lamanya masa pandemi Covid-19. Wisatawan sangat menunggu pandemi Covid-19 usai untuk berwisata (Sudjana et al 2021). Definisi lain dari *revenge tourism* juga disampaikan oleh Juneman Abraham seorang Psikolog, bahwa istilah ini adalah fenomena bepergian atau mengunjungi destinasi wisata setelah mengalami isolasi, dan ini merupakan respons terhadap pembatasan atau keterbatasan mobilitas fisik selama pandemi (Yamin et al 2023). *Revenge tourism* adalah fenomena dimana individu yang merasa jenuh dengan rutinitas sehari-hari yang

monoton akibat pembatasan aktivitas selama pandemi Covid-19, segera mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan ke destinasi pariwisata dengan maksud untuk beristirahat sejenak. Tindakan balas dendam adalah perilaku yang sering terjadi dan umumnya muncul dalam bentuk tindakan agresif atau konflik. Dorongan untuk membalas dendam bisa menjadi motivasi bagi seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu (McCullough 2008; Nugraha dan Angligan 2022).

Sebagaimana penjabarannya diatas, *revenge tourism* terjadi karena dampak dari pandemi Covid-19. Dampak dari pandemi memunculkan rasa kejenuhan yang dapat menimbulkan tingkat stres dan depresi akibat kelanjutan situasi pandemi. Kejenuhan ini pada akhirnya mendorong individu untuk mengatasi perasaan tersebut dengan melibatkan diri dalam kegiatan yang bersifat membalas dendam atau mengalihkan kejenuhan melalui aktivitas yang memberikan kesenangan (Sudjana et al 2021). Ketika pemerintah mengakhiri kebijakan pembatasan pergerakan, banyak orang yang telah rindu akan liburan akan bergegas mengunjungi destinasi wisata favorit mereka. Beberapa individu mungkin merasa frustrasi akibat pembatasan yang mereka alami selama pandemi dan memilih untuk melakukan perjalanan sebagai cara untuk melakukan “balas dendam” (Siswodwiatmoko dan Widagdyo 2023). Adanya media sosial mempercepat penyebaran fenomena ini, dengan muncul istilah baru yaitu “*healing*” (Nugraha dan Angligan 2022). Istilah tersebut secara tersirat mengundang keinginan pengguna lain untuk berwisata juga memperbesar tren tersebut. Dilansir dari Kemenparekraf (2023), *revenge tourism* memiliki empat jenis indikator, sebagai berikut:

1. End of Ambition

End of Ambition mencerminkan pergeseran pandangan terhadap bekerja, di mana masyarakat mulai menghargai fleksibilitas dan kesempatan untuk memanjakan diri dengan meremajakan diri. Transisi ini dapat diterangkan oleh beberapa faktor, termasuk kemajuan teknologi yang memungkinkan

pelaksanaan pekerjaan secara fleksibel di berbagai tempat dan waktu, peningkatan kesadaran terhadap pentingnya menjaga keseimbangan antara aspek profesional dan pribadi dalam hidup, serta munculnya generasi baru yang menitikberatkan pada nilai-nilai kebebasan dan fleksibilitas dalam dunia kerja.

Bila sebelumnya pekerjaan biasa dilakukan di tempat kerja, sekarang mereka dapat melakukannya dari lokasi yang berbeda yang disebut *remote*, dengan sistem kerja *work from anywhere* karena terbiasa akan kebijakan penanganan Covid-19 yang membatasi kegiatan di perkantoran.

2. *Embellished Escapism*

Istilah ini mengacu pada keinginan wisatawan untuk mendapatkan pengalaman berlibur yang berbeda dengan wisata yang dialami sebelumnya. Wisatawan tidak hanya ingin sekedar mampir dan berkunjung, namun juga ingin merasakan pengalaman yang unik dan berkesan. Perubahan dalam arus tren pariwisata ini bersumber dari dorongan wisatawan yang menginginkan pengalaman liburan yang unik dan berbeda. Inovasi adalah unsur utama dalam pencapaian sukses organisasi (Aini dan Rumanti 2021).

3. *Always in Doubt*

Sebelum berkunjung ke suatu tempat wisata, penting bagi wisatawan untuk mengetahui penilaian dan review tentang tempat wisata tersebut. Hal ini dilakukan untuk menghindari pengalaman wisata yang kurang memuaskan. Informasi yang dibutuhkan dapat berasal dari berbagai sumber seperti Google, *Online Travel Agent*, media sosial, dan juga teman/keluarga.

Beberapa studi mengindikasikan bahwa evaluasi dan ulasan yang disampaikan oleh wisatawan sebelumnya dapat memiliki dampak terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi pariwisata. Hasil penelitian di Lawang Sewu, Semarang, menunjukkan bahwa penilaian dan ulasan yang terdapat pada *Google Maps* memberikan dampak positif terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi

destinasi tersebut (Inayah 2022). Oleh karena itu, penting bagi pelaku pariwisata untuk memperhatikan penilaian dan *review* dari wisatawan sebelumnya dan terus meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas di tempat wisata mereka.

4. *Polycentric Lifestyle*

Polycentric lifestyle adalah suatu pola hidup yang menonjolkan kekhasan dan daya tarik yang dimiliki oleh setiap daerah yang akan dikunjungi.

Dengan memperhatikan indikator-indikator tersebut, pelaku pariwisata dapat mengembangkan destinasi wisata yang unik dan menarik bagi wisatawan. Hal ini dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan dan memperkuat citra destinasi wisata tersebut.

Keputusan Berkunjung

Keputusan untuk mengunjungi layanan atau destinasi pariwisata mengikuti konsep keputusan pembelian. Dasar dari teori keputusan berkunjung ini didasarkan pada prinsip-prinsip keputusan pembelian (Kotler dan Keller 2021). Keputusan berkunjung adalah tindakan pembelian seseorang ketika mereka memilih objek wisata tertentu dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka serta mencapai kepuasan pribadi (Puspawigati dan Sari 2023). Bentuk aktivitas pembelian sebagai ganti berkunjung merupakan suatu tindakan yang dijalankan oleh individu atau kelompok tertentu dengan maksud mengunjungi suatu lokasi tertentu untuk keperluan rekreasi, sekaligus memahami ciri khas dan daya tarik khusus yang dimiliki oleh destinasi wisata tersebut dalam kurun waktu sementara (Setiyorini et al 2019; Syafitri dan Ezizwita 2023). Keputusan untuk melakukan kunjungan merupakan konsekuensi dari suatu tindakan di mana seorang wisatawan membuat pilihan untuk mengunjungi destinasi wisata tertentu yang memenuhi preferensi mereka dari beragam alternatif destinasi yang dapat dipilih (Kotler dan Keller 2021).

Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh 2 jenis faktor yaitu faktor pendorong (internal), dan faktor penarik (eksternal) (Puspawigati dan Sari 2023). Faktor internal berkaitan dengan kondisi sosial-ekonomi individu. Hobi atau kesenangan seseorang, kemampuan ekonomi, dan preferensi merupakan bentuk faktor pendorong dari sebuah keputusan berkunjung. Di sisi lain, faktor eksternal seperti promosi, citra destinasi, fasilitas, layanan, aksesibilitas dan objek wisata menjadi faktor penarik yang sifatnya untuk mendukung sebuah keputusan berkunjung (Inayatuka dan Sukawati 2019).

Keputusan untuk berkunjung sangat berpengaruh dalam perilaku konsumen/wisatawan dalam kegiatan pemasaran sebuah destinasi wisata (Syafitri dan Ezizwita 2023). Konsep keputusan pembelian yang sama digunakan pada keputusan berkunjung menyebabkan terjadinya proses yang sama. Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan kunjungan terdiri dari lima fase, meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan untuk melakukan kunjungan, dan perilaku pasca kunjungan (Pane 2018; Oley et al 2023). Setiap tahap ini memiliki indikator yang menggambarkan proses pengambilan keputusan konsumen dalam konteks berkunjung ke suatu tempat atau destinasi wisata. Berikut adalah penjelasan singkat tentang indikator keputusan berkunjung menurut Kotler dan Keller (2021):

1. Pengenalan akan masalah

Pengenalan masalah merupakan tahapan dimana individu mulai menyadari kebutuhannya. Dalam konteks kunjungan wisata pengenalan akan masalah dapat berupa kejenuhan terhadap rutinitas sehari-hari dan membutuhkan kunjungan wisata. Pencarian informasi dilakukan untuk mengatasi masalah yang dialami individu.

2. Evaluasi Alternatif

Tahapan evaluasi alternatif merupakan momen dimana individu mulai mencari dan

mempertimbangkan alternatif lain untuk membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi. Tiap individu melakukan proses evaluasi yang berbeda-beda mengikuti sifat masing-masing. Pengunjung melihat setiap produk sebagai sekumpulan atribut yang memiliki kemampuan beragam dalam memberikan manfaat yang diinginkan dan memenuhi kebutuhan mereka (Hardianti et al 2018). Dalam destinasi wisata faktor yang menjadi objek evaluasi adalah fasilitas, biaya, objek wisata, dan layanan.

3. Pengambilan Keputusan Berkunjung

Hagu et al (2023) menyebutkan pengambilan keputusan adalah proses pemilihan di mana kriteria tertentu digunakan untuk memilih salah satu antara dua atau lebih opsi yang tersedia. Setelah melalui proses penilaian alternatif, konsumen akhirnya mengambil tindakan keputusan. Hasil dari pengambilan keputusan adalah sebuah keputusan yang memecahkan masalah.

4. Perilaku Pasca Berkunjung

Perilaku pasca berkunjung melibatkan berbagai perilaku bergantung pada tingkat kepuasan pengalaman. Apabila puas dengan pengalaman berkunjung, wisatawan dapat merencanakan kunjungan ulang, mereferensikan tempat wisata kepada orang lain, dan berbagi pengalaman melalui media. Apabila pengalaman yang dialami kurang memuaskan, wisatawan dapat memilih tempat wisata yang lain di masa depan, juga berbagi pengalamannya di media sebagai informasi untuk pengunjung lain juga umpan balik bagi pengelola destinasi wisata.

Pengembangan Hipotesis

Fear of missing out, yang mencerminkan kecemasan akan ketinggalan momen atau pengalaman, sering kali mendorong wisatawan untuk tetap terhubung dengan destinasi wisata yang sedang tren di media sosial. Przybylski et al (2013) menjelaskan media sosial dapat membuka berbagai jalan agar manusia dapat melakukan interaksi. *Fear of missing out* adalah jalan yang dibukakan oleh media sosial kepada

wisatawan untuk membuat keputusan berkunjung. Dengan ini Hipotesis pertama yaitu:

H1. Fear of missing out berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Obelix Sea View

Revenge tourism mengacu pada fenomena di mana individu yang telah

dan merasa ingin menggantinya setelah pembatasan perjalanan dicabut. Dalam hipotesis ini, penulis berasumsi bahwa wisatawan yang mengalami fenomena *revenge tourism* memiliki minat yang lebih tinggi untuk berkunjung ke destinasi wisata sebagai bentuk pemulihan dan kompensasi atas waktu yang telah terlewatkan selama

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Butir Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Valid/Tidak
<i>Fear of missing out</i> 1	0,759	0,239	VALID
<i>Fear of missing out</i> 2	0,457	0,239	VALID
<i>Fear of missing out</i> 3	0,840	0,239	VALID
<i>Fear of missing out</i> 4	0,885	0,239	VALID
<i>Fear of missing out</i> 5	0,757	0,239	VALID
<i>Fear of missing out</i> 6	0,729	0,239	VALID
<i>Fear of missing out</i> 7	0,754	0,239	VALID
Revenge Tourism 1	0, 431	0,239	VALID
Revenge Tourism 2	0,582	0,239	VALID
Revenge Tourism 3	0,708	0,239	VALID
Revenge Tourism 4	0,744	0,239	VALID
Revenge Tourism 5	0,727	0,239	VALID
Revenge Tourism 6	0,701	0,239	VALID
Revenge Tourism 7	0,771	0,239	VALID
Revenge Tourism 8	0,739	0,239	VALID
Revenge Tourism 9	0,731	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 1	0,628	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 2	0,619	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 3	0,610	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 4	0,611	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 5	0,576	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 6	0,687	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 7	0,486	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 8	0,441	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 9	0,559	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 10	0,374	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 11	0,677	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 12	0,626	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 13	0,586	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 14	0,605	0,239	VALID
Keputusan Berkunjung 15	0,431	0,239	VALID

Seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinilai VALID karena nilai dari masing-masing R_{hitung} ≥ R_{tabel}, dengan nilai signifikansi 0,05

terbatas dalam mobilitas dan aktivitas wisata selama periode pandemi Covid-19 merindukan pengalaman liburan yang hilang

pandemi. Dengan kata lain, semakin kuat fenomena *revenge tourism* dirasakan oleh individu, semakin banyak pertimbangan

mereka untuk melakukan perjalanan dan memutuskan untuk berkunjung ke destinasi wisata. Sehingga, hipotesis kedua yang dibuat berdasarkan penjelasan di atas adalah:

H2. *Revenge tourism* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Obelix Sea View

METODA PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018), populasi mengacu pada domain umum yang melibatkan individu atau elemen-elemen yang memenuhi kriteria kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk keperluan studi dan deduksi kesimpulan. Dalam kerangka penelitian ini, populasi merujuk pada seluruh kelompok wisatawan yang mengunjungi *Obelix Sea View*, dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti.

Sampel merupakan *subset* atau representasi dari keseluruhan populasi yang menjadi fokus penelitian, yang dipilih untuk diinvestigasi dalam suatu studi dan dianggap mencerminkan karakteristik dan sifat populasi secara umum (Subagyo dan Djarwanto 2013). Proses pengambilan sampel dalam konteks penelitian ini dilakukan melalui penerapan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode yang diterapkan untuk memilih sampel penelitian dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu, yang bertujuan untuk memperoleh data yang lebih representatif terhadap karakteristik yang diinginkan. Beberapa kriteria sampel yang menjadi representatif dari populasi yaitu: usia 17 tahun ke atas, aktif menggunakan media sosial, dan mengunjungi *Obelix Sea View* paska pandemi Covid-19. Data yang dihimpun terdiri dari 100 respons peserta penelitian yang mengisi kuesioner melalui *platform Google Form*.

Variabel

Berdasarkan pada hipotesis yang ada, maka variabel yang diteliti adalah:

- a. Variabel independen terdiri dari variabel *fear of missing out* dan *revenge tourism*.
- b. Variabel dependen adalah Keputusan Berkunjung

Teknik Analisis Data

Analisis regresi linier berganda merujuk pada metode statistik yang digunakan untuk menganalisis dan mengidentifikasi pola keterkaitan antara suatu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen (Uyanik dan Guler 2013; Padilah dan Adam 2019). Dalam penelitian ini, dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menjelajahi dampak dari *fear of missing out* dan *revenge tourism* terhadap keputusan berkunjung. Dampak yang terjadi berdasarkan perhitungan berupa nilai positif dan negatif.

Bentuk dari persamaan regresi linier berganda dilihat dari persamaan berikut:

$$y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e$$

Proses analisis data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27, dan metode analisis mencakup uji validitas, reliabilitas, dan uji regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan diulas hasil analisis data yang telah dikumpulkan selama pelaksanaan penelitian terkait dampak dari *fear of missing out* dan *revenge tourism* terhadap keputusan untuk mengunjungi *Obelix Sea View*.

Hasil Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi tingkat validitas data yang berasal dari kuesioner yang telah diisi oleh responden. Dalam lingkup penelitian ini, pengujian validitas dilakukan melalui perhitungan nilai korelasi item-total yang telah dikoreksi (*Corrected Item-Total Correlation*) dan membandingkannya dengan nilai yang tercatat dalam tabel korelasi. Apabila nilai korelasi item-total yang dihitung lebih kecil (<) daripada nilai korelasi yang terdapat pada tabel, maka

pernyataan pada item kuesioner dianggap tidak valid. Sebaliknya, jika nilai korelasi item-total yang dihitung lebih besar (>) daripada nilai yang terdapat pada tabel, maka pernyataan pada item kuesioner dianggap valid. Hasil Uji validitas ditunjukkan pada tabel 1 dan seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran atau alat ukur dapat diandalkan dan memberikan hasil yang konsisten serta akurat. Butir pernyataan dalam tiap variabel dinilai reliabel apabila nilai *cronbachs alpha* > 0,7 (Sanaky 2021). Hasil uji reabilitas dijelaskan pada tabel 2.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan. Hal ini dapat dilihat dari nilai *alpha Cronbach* untuk setiap variabel yang lebih besar dari 0,7. Dengan merujuk pada data dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan yang terkandung dalam variabel *fear of missing out*, *revenge tourism*, dan keputusan berkunjung menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi.

Uji-F

Pengujian F dalam konteks penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah variabel independen, yakni *fear of missing out* dan *revenge tourism*, secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu keputusan berkunjung. Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen

Koefisien Determinasi (R²)

Perhitungan koefisien determinasi dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana kontribusi variabel independen (*fear of missing out* dan *revenge tourism*) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (keputusan berkunjung). Persentase yang tinggi atau mendekati 100%

mengindikasikan kontribusi yang lebih besar dari variabel independen dalam memberikan informasi untuk meramalkan variabel dependen.

Berdasarkan hasil evaluasi koefisien determinasi pada tabel tersebut, didapatkan nilai adjusted R-square sebesar 0,583 (58,3%). Variabel independen dalam penelitian ini memiliki dampak sebesar 58,3% terhadap variabel dependen, sementara sekitar 41,7% (1 – 0,583%) dari variasi variabel dependen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel independen yang digunakan dalam

Tabel 2.
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	Kategori
<i>Fear of missing out</i>	0,864	Reliabel
<i>Revenge Tourism</i>	0,826	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,831	Reliabel

penelitian, seperti persepsi harga, promosi, e-wom, dan citra destinasi.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis dijelaskan pada tabel 3. Dengan nilai variabel yang diperoleh dari perhitungan SPSS versi 27 di atas, maka perhitungan regresi linier berganda dapat dimuat ke dalam rumus berikut:

$$y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e$$

$$y = 21,095 + 0,247x_1 + 0,957x_2 + e$$

Koefisien regresi untuk *fear of missing out* (X₁) sebesar 0,247 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel *fear of missing out* dan keputusan berkunjung. Semakin tinggi nilai *fear of missing out*, semakin cepat wisatawan cenderung membuat keputusan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Hasil ini menandakan bahwa tingkat *fear of missing out* yang lebih tinggi memiliki kontribusi positif terhadap keputusan untuk melakukan kunjungan. Artinya, tingkat kekhawatiran terhadap ketinggalan momen atau informasi dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk

melakukan perjalanan. Sebaliknya, jika tingkat *fear of missing out* rendah, maka keputusan berkunjung wisatawan dapat menurun, menyebabkan waktu yang lebih lama untuk membuat keputusan kunjungan.

Koefisien regresi untuk variabel *revenge tourism* (X_2) sebesar 0,957 mengindikasikan adanya pengaruh positif

Pembahasan
Pengaruh *Fear of missing out* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obelix Sea View

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disarikan bahwa variabel *fear of missing out* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Kesimpulan ini

Tabel 3.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t	Sig.
(Constant)	21,095	5,410	0,000
Fear of Missing Out	0,247	3,836	0,000**
Revenge Tourism	0,957	8,801	0,000**
Uji F		0,000	
Adjusted R ²		0,583	
N		100	
Variabel Dependen		Keputusan Berkunjung	

** signifikan pada $\alpha = 5\%$

Sumber: data Diolah

antara variabel *revenge tourism* dan keputusan berkunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa fenomena *revenge tourism*, yang mencerminkan motivasi untuk melakukan perjalanan sebagai bentuk "balas dendam" paska pandemi, merupakan dukungan terhadap keputusan untuk melakukan kunjungan wisata. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat rasa "balas dendam", semakin besar kemungkinan individu membuat keputusan untuk melakukan perjalanan.

Dari Tabel 3 yang disajikan, nilai signifikansi (sig.) untuk *fear of missing out* menunjukkan angka 0,000, sedangkan untuk *revenge tourism* menghasilkan nilai 0,000, dimana keduanya lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen, yakni *fear of missing out* dan *revenge tourism*, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan berkunjung.

diperkuat oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,247 dan hasil uji-t dengan signifikansi sebesar 0,000, yang menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih rendah dari ambang batas $\alpha = 0,05$. Oleh karena itu, dapat diinterpretasikan bahwa *fear of missing out* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan berkunjung para wisatawan Obelix Sea View. Secara khusus, semakin tinggi tingkat ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan yang dirasakan oleh para wisatawan, semakin besar kecenderungan mereka untuk memutuskan untuk berkunjung ke Obelix Sea View.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan yang terdapat dalam penelitian Muntoliah (2023), yang juga menyimpulkan bahwa *fear of missing out* memberikan dampak pada perilaku konsumtif. Kesesuaian ini juga tercermin dalam penelitian yang dilakukan oleh Suhartini dan Maharani (2023), dimana temuan menunjukkan bahwa *fear of missing out* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dalam konteks perilaku konsumen.

Keputusan konsumen disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi pada

setiap individu. Konsumen melakukan perjalanan ke berbagai destinasi dengan maksud mengatasi tekanan emosional, mental, dan psikologis seperti rasa takut, cemas, dan kekhawatiran. Peningkatan faktor-faktor yang memicu kecenderungan *fear of missing out*, seperti promosi dimedia sosial, dan pengalaman pengunjunglain, dapat memiliki dampak yang signifikan pada proses pengambilan keputusan berkunjung konsumen.

Fear of missing out adalah suatu fenomena psikologis yang memiliki dampak signifikan pada keputusan berkunjung yang diambil oleh wisatawan. *Fear of missing out* merujuk pada bentuk ketakutan, kecemasan, dan kekhawatiran yang dirasakan seseorang terkait kemungkinan kehilangan pengalaman atau peluang yang menarik. Wisatawan memiliki kekhawatiran khusus bahwa mereka mungkin melewatkan pengalaman unik atau momen yang tidak dapat diulang, dan hal ini menjadi suatu masalah yang disadari dengan baik oleh mereka. Ketidakpastian akan kehilangan pengalaman yang istimewa atau kesempatan berharga menciptakan rasa kekhawatiran dan kecemasan, yang mencari solusi melalui keputusan untuk melakukan perjalanan wisata. Dengan melakukan perjalanan, seseorang dapat mengatasi ketakutan akan ketinggalan tren, karena mereka telah ikut serta dalam tren wisata yang sedang berlangsung.

Pengaruh *Revenge Tourism* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obelix Sea View

Hasil uji yang dilakukan terkait variabel *revenge tourism* terhadap keputusan berkunjung mengindikasikan bahwa *revenge tourism* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dapat diperhatikan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,957, serta hasil uji t yang menunjukkan signifikansi sebesar 0,000. Dengan nilai signifikansi yang lebih rendah dari

tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa *revenge tourism* memiliki dampak yang substansial terhadap keputusan berkunjung para wisatawan. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa fenomena *revenge tourism*, terutama dalam konteks pasca pandemi, secara positif berkontribusi terhadap peningkatan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata.

Hasil penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sudjana et al (2021), hasil riset menunjukkan bahwa *revenge tourism* memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan minat terhadap berbagai destinasi wisata. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tan (2022), yang juga menyatakan bahwa *revenge tourism* memiliki dampak positif terhadap minat untuk melakukan perjalanan wisata.

Individu yang melakukan perjalanan sebagai bentuk "balas dendam" dipicu oleh keberadaan pandemi Covid-19 (Kim et al 2021; Tan 2022). Paska periode pandemi Covid-19, minat masyarakat terhadap berbagai kegiatan wisata meningkat sebagai respons terhadap pembatasan yang sebelumnya diberlakukan. Bentuk-bentuk *revenge tourism* dapat menjadi alasan mengapa seseorang memutuskan untuk berkunjung ke *Obelix Sea View*. Dengan kejenuhan dalam rutinitas sehari-hari yang mendorong kebutuhan akan kegiatan penyegaran untuk menjaga kesehatan mental (*end of ambition*), mendorong keinginan wisatawan untuk memiliki pengalaman wisata yang unik/baru (*embellished escapism*), serta keinginan berwisata sesuai preferensi seperti wisata budaya (*polycentric lifestyle*) yang membentuk sebuah perilaku yang skeptis terhadap destinasi wisata (*always in doubt*). Hal-hal tersebut menjadi

masalah yang telah dihadapi wisatawan dan membutuhkan pemecahan masalah dengan membuat berkunjung ke Obelix Sea View untuk mengakhiri kejenuhan, memuaskan keinginan berwisata unik dan sesuai preferensi wisatawan, juga menghentikan sikap skeptis terhadap destinasi wisata karena lamanya durasi tidak berwisata.

SIMPULAN, KETERBATASAN, SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji yang telah dilaksanakan, dapat disarikan bahwa variabel *fear of missing out* dan *revenge tourism* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung. Temuan ini mendukung pemahaman bahwa tingginya tingkat *fear of missing out* dan fenomena *revenge tourism* pada masyarakat dapat menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan mereka untuk melakukan perjalanan atau berkunjung ke suatu tempat, seperti *Obelix Sea View*. Implikasi dari hasil ini dapat digunakan untuk memahami perilaku konsumen dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif diindustri pariwisata.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki batasan, yaitu memfokuskan diri pada variabel *fear of missing out* dan *revenge tourism*, namun perlu dicatat bahwa masih terdapat sejumlah variabel bahkan fenomena lain yang berpotensi memengaruhi keputusan berkunjung, seperti harga, kualitas produk, kualitas layanan, citra merek, e-wom dan faktor-faktor lainnya.

Saran

Disarankan bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan fenomena *fear of missing out* dan *revenge tourism*, mengingat istilah-istilah ini tergolong baru.

Penelitian mendatang juga bisa mengeksplorasi variabel bebas lain selain yang diinvestigasi dalam penelitian ini, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, N., & Rumanti, R. R. (2021). Studi Empiris Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Dan Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Journal of Management & Accounting* Vol. 4 No. 2, 19-34.
- Anggraeni, R. D. (2021). Hubungan antara Subjective Well-Being dan Fear of Missing Out (FoMO) pada Emerging Adulthood (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Astuti, N. D., Suhartono, & Kustinaningsih, Z. D. (2022). Studi Kecemasan Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Dusun Tawun Desa Kumpulrejo Bangilan Tuban. *Indonesian Journal of Professional Nursing* Vol. 3 No. 1, 22-37.
- Christy, C. C. (2022). FoMO di Media Sosial dan e-WoM: Pertimbangan Berbelanja Daring pada Marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi* Vol. 6 No. 1, 331-357.
- Hagu, R. K., Dama, H., & Machmud, R. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Pengambilan Keputusan di Hotel Manqa Manado. *Jurnal Imiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 5 No. 3, 953-962.
- Hardianti, Syahdanur, & Zaman, K. (2018). Analisis Keputusan Wisatawan dalam Berkunjung ke Taman Nasional Tesso Nilo. *Jurnal Ekonomi KIAM* Vol. 29, no. 2, 1-7.
- Inayah, D. (2022). Pengaruh Rating dan Review Pada Google Maps Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Lawang Sewu Semarang (Doctoral dissertation, STP AMPTA

- Yogyakarta).
- Inayatuka, V., & Sukawati, T. G. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan. *E-Jurnal Manajemen* Vol. 8 No. 5, 2809-2833.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023, September 6). Capaian Parekraf Laporan Triwulan I Januari - Maret 2023. Diambil dari Kemenparekraf: <https://tasransel.kemenparekraf.go.id/capaian-parekraf-laporan-triwulan-i-januari-maret-2023/show>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Siaran Pers: Menparekraf Paparkan Penyerapan Pagu Anggaran Tahun 2022 di Hadapan Komisi X DPR RI.
- Kim, E., Seo, K. & Choi, Y., (2021). Compensatory Travel Post COVID19: Cognitive and Emotional Effects of Risk Perception. *Journal of Travel Research*, p.004728752110489.
- Kertajaya, H. (2020). Webinar COVID-19 Crisis in Tourism: Threat and Opportunity. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* 16th. London: Pearson.
- McCullough, M. E. (2008). *Beyond Revenge The Evolution of The Forgiveness Instinc*. San Fransisco: Jossey-Bass. Y
- Muntoliah, S. (2023). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) Terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nasrullah. (2023). Adaptasi dan Uji Validitas Reliabilitas Instrumen Complementary Feeding Self-Efficacy Pada Ibu Baduta Usia 6 - 24 Bulan. Makassar: Program Studi Magister Ilmu Keperawatan Universitas Hasanuddin.
- Natalia, V. V., & Heinrichs, D. (2019). Identifying Polycentricism: a Review of concepts and research challenges. *Europien Planning Studies*, 1-19.
- Ni'mah, N. E., & Pujiyanto, W. E. (2023). Efektivitas Work From Anywhere Pada Era Digital. *Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora* Vol. 2 No. 3, 18-33.
- Nugraha, R. N., & Angligan, I. G. (2022). Revenge Tourism. *Jurnal Ilmiah Hospitality* Vol. 11 No. 2, 1359-1370.
- Oley, D., Massie, J. D., & Ogi, I. W. (2023). Pengaruh EWOM (Electronic Word of Mouth) di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata di Kota Tomohon. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* Vol. 11 No.2, 78-89.
- Osemeahon, O. S., & Agoyi, M. (2020). Linking FOMO and Smartphone Use to Social Media Brand Communities. *Sustainability*, 12(6), 2166.
- Padilah, T.N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika dan Matematika*. Vol. 5 (2), pp: 117 – 128.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro. *Jurnal Manajemen Tools*. Vol.9(1).
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behaviour* Vol. 29 No. 4, 1841-1848.
- Puspawigati, A., & Sari, F. N. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen. *Jurnal Pariwisata* Vol. 10 No. 2, 117-124.
- Topan, A., & Sahin, O.O. (2019). Evaluation of Efficiency of Puppet Show in Decreasing Fears of School-Age Children Against Medical Procedures in Zonguldak (Turkey). *J Pak Med Assoc*. 69(6):817-822. PMID: 31189288.
- Sanaky, M.M., Saleh, L.M., & Titaley, H.D. (2021). Analisis Faktor-faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek

- Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik* Vol. 11(1).
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. (2021). Fomsumerism: Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomika Asia* Vol. 15 No. 2, 159-171.
- Sasongko, R. M., Mubarak, A. A., & Ridwan, M. (2023). Fear of Missing Out: Kajian Literatur dan Implikasi. *Journal of Economic, Business, and Engineering* Vol. 4 No. 2, 222-232.
- Setiyorini, A., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, dan Daya Tarik Wista terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karang Patihan Balong. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 12-17.
- Siswodwiatmoko, D., & Widagdyo, K. G. (2023). Fenomena Revenge Tourism Pada industri MICE di Indonesia (Studi Kasus Pada Exhibition Event di Indonesia). *Jurnal Bisnis Event* Vol. 4 No. 15, 86-94.
- Subagyo, P., & Djarwanto. (2013). *Statistika Induktif Edisi 5*. Yogyakarta: BPFE.
- Sudjana, A. A., Aini, S. N., & Nizar, H. K. (2021). Revenge Tourism: Analisis Minat Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19. *Pringgitan* Vol. 2 No. 1, 1-10.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, & Maharani, D. (2023). Peran Fear of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review* Vol. 4 No. 2, 349-356.
- Syafitri, D., & Ezizwita. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* Vol. 25 No. 2, 328-341.
- Tan, J. H. (2022). Push and Pull Factors Influencing Travel Desire and Revenge Tourism Intention in Malaysia Post Covid-19. Perak: Department of International Business Faculty of Accountancy and Management Universiti Tunku Abdul Rahman.
- Isnaini, J., Kotler, Arroba, & Terry. (2013). Pengambilan Keputusan Menikah Muda. <http://Etheses.UinMalang.Ac.Id/1772/Utami>, R. (2021). Identifikasi Faktor Penyebab Kecemasan pada Masyarakat Terhadap Covid-19. Jombang: Program Studi Ilmu Keperawatan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Insan Cendekia Medika.
- Uyanik, G. K., & Guler, N. 2013. "A study on multiple linear regression analysis". *Procedia-Social and Behavioral Science*. Vol. 106, pp: 234-240.
- Yasmin, M., Utama, I.P.A.A., & Setyawan, D. S. (2023). Sustainable Tourism in Banyumas Regency Based on Local Wisdom After the COVID-19 Pandemic. *International Conference on Politics, Social, and Humanities Sciences, KnE Social Sciences*, pages 441–455. DOI 10.18502/kss.v8i3.12847.
- Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor. *International Journal of Tourism and Education* Vol. 7 No 1, 1-23.
- Zhang, Z. (2018). Fear of Missing Out: Scale Development and Impact on Brand Loyalty. ETD Collection for University of Texas, El Paso. AAI10810501. <https://scholarworks.utep.edu/dissertations/AAI10810>

THE INFLUENCE OF ESG PERFORMANCE REPORTING ON FIRM VALUE IN INDONESIA

Afnei Ngan Billy Tumba^{1,a*}, Gracia Alya Quina Akhmad^{2,a}, Dinda Ayu Sieradianto Angelia^{3,a}, Besse Nur Fatimah Hefri^{4,a}, Ananda Fadia Indah Ramadhani^{5,a}

^aDepartment of Management, Faculty of Economics and Business,
Gadjah Mada University, Yogyakarta

*Email: afneinganbillytumba@mail.ugm.ac.id

ABSTRACT

The implementation of strong Environmental, Social, and Governance (ESG) practices can improve efficiency, lower costs, increase productivity, and drive innovation, thus encouraging companies to expand into sectors with high growth potential. This is due to the increased efficiency, cost reduction, productivity boost, and innovation driven by robust ESG practices. This study aims to evaluate the impact of ESG performance on corporate value in Indonesia. The methodology employed in this research includes purposive sampling for sample selection, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis for hypothesis testing. The research sample consists of companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2019 to 2023 that have ESG scores. The main findings of this study indicate that ESG performance has a positive effect on corporate value. The conclusions drawn from this research provide valuable insights for companies in Indonesia regarding the implementation of ESG practices in their business operations to enhance corporate value.

Keywords: *Environmental Social and Governance; Return on Asset; Price to Book Value; Sustainability*

ABSTRAK

Penerapan praktik *Environmental, Social, and Governance* (ESG) yang kuat dapat meningkatkan efisiensi, menurunkan biaya, meningkatkan produktivitas, dan mendorong inovasi, sehingga mendorong perusahaan untuk berekspansi ke sektor-sektor yang memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan efisiensi, pengurangan biaya, peningkatan produktivitas, dan inovasi yang didorong oleh praktik ESG yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efek kinerja ESG terhadap nilai perusahaan di Indonesia. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup purposive sampling untuk pemilihan sampel, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis. Sampel penelitian terdiri dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019 hingga 2023 yang memiliki skor ESG. Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja ESG memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini memberikan wawasan yang signifikan bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia mengenai penerapan praktik-praktik ESG dalam operasi bisnis mereka untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Kata kunci: *Environmental Social and Governance; Return on Asset; Price to Book Value; Keberlanjutan Ratio.*

INTRODUCTION

The utilization of the internet, particularly social media, is undergoing swift advancement, facilitating the rapid dissemination of information. A company's image is a sort of information that is disseminated rapidly due to its widespread accessibility to the general public and investors (Arofah and Khomsiyah, 2023). Dissemination of inaccurate information about a firm will lead to investors and the general public forming an unfavorable evaluation of the company. This has a direct influence on the fluctuation of share prices, which subsequently impacts the overall worth of a company. The primary objective of a corporation is to enhance the financial well-being of stakeholders by optimizing the value of the company. Once an investor allocates their capital, the primary factor considered is the valuation of the company. If firms grasp the significance of firm value, it becomes crucial for management to be aware of the elements that contribute to the increase or decrease in firm value, one of which is influenced by Environmental Social Governance (ESG).

In this modern era, society is plagued by prevalent environmental and social issues, including environmental degradation, moral decline, and corporate fraud. The consequences of environmental degradation, foster awareness among society to safeguard the environment and undertake social accountability. Increasing societal awareness has a significant impact on individuals' investment decisions. Investors are increasingly taking incorporation of ESG (Environmental, Social, and Governance) criteria in investment decision-making, along with economic factors. ESG-based investment has gained popularity in recent years. ESG is a commonly used investment approach in which firm policies align with the principles of environmental sustainability, social responsibility, and effective corporate governance (Qodary and Sihar Tambun, 2021).

The implementation of ESG elements in Indonesia is currently experiencing continuous growth, indicated due to the ongoing development of sustainable

investment. Effective implementation of ESG by a firm leads to a deep understanding of long-term strategic concerns, enabling the organization to effectively pursue its long-term objectives. Syafrullah and Muharram, as stated in Jeanice and Kim's study (2023), have elucidated that Indonesian companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) and practicing Environmental, Social, and Governance (ESG) principles are, in reality, engaging in extensive resource exploitation, leading to significant environmental harm solely for financial profit during their growth. Regarding instances of environmental harm, the government enacted RI Law No. 40 of 2007, Article 74 about Limited Liability Companies. This law mandates that any company engaged in business operations within the natural resources (SDA) sector must fulfill social and environmental responsibilities. The objective of ESG disclosure is to establish an equilibrium between economic advancement and the conservation of the environment (Arofah and Khomsiyah, 2023).

In a study conducted by Melinda and Wardhani (2020), it was proven that a company's strong environmental, social, and governance (ESG) performance had a positive effect on enhancing its overall value. The adoption of robust ESG standards can enhance operational efficiency, lower expenses, boost productivity, and foster innovation by motivating organizations to go into high-growth industries. In contrast, additional research conducted by Fatemi in Jeanice and Kim (2023) demonstrates a detrimental correlation between ESG factors and corporate valuation. The market can see incremental disclosure of ESG information as a company's way of rationalizing its substantial expenditure in ESG operations. A substantial amount of literature examines the impact of environmental, social, and governance (ESG) factors on the value of companies, although it fails to demonstrate consistent research findings. Therefore, in this research, the company's valuation will be assessed by utilizing the metrics of Return on Assets (ROA) and Price-to-Book Value (PBV) ratio. ESG will be assessed using the ESG Score value between the years 2019 and 2023. This research aims to investigate the impact of

Environmental, Social, and Governance (ESG) performance on the value of companies in Indonesia from 2019 to 2023.

LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESES

Environmental, Social, and Governance

The practice of sharing sustainability reports has grown rapidly worldwide, and this trend shows no signs of slowing down. Environmental, Social, and Governance (ESG) is a phrase commonly employed within the realm of Corporate Social Responsibility (CSR) and is typically seen in sustainability reports. ESG has recently become the main focus of attention. In addition to the financial considerations that investors priorities, ESG factors also have substantial long-term potential and influence on investment. This impact extends beyond only shareholders and encompasses all stakeholders (Jeanice and Kim, 2023). Refinitiv (2022) states that ESG scores are customized to assess the degree of transparency in ESG information for certain industrial sectors. By employing this approach, only data that is pertinent to the specific industry is utilized while evaluating each organization. Theoretical foundations for ESG are primarily based on corporate social responsibility (CSR) theory, sustainable development theory, and economic externality theory. Nevertheless, the lack of a comprehensive and robust theoretical framework specifically focused on environmental, social, and governance (ESG) factors impedes researchers from investigating company-related issues (Huang, 2021).

The company's financial reports play a crucial role and serve as a guidance for shareholders. This report can serve as the primary factor in evaluating and making decisions regarding investments. Providing detailed information about the firm may encourage shareholders to communicate this understanding with prospective investors, ultimately leading to an increase in the company's stock price (Moeljadi & Supriyati, 2014).

Firm Value

Pasaribu et al. (2019) argue that the value of the company is determined by investors' view

of the company's achievements, typically associated with share prices. Publicly traded corporations typically make efforts to preserve or enhance their corporate value as it serves as a measure of their performance and may affect the perspectives of stakeholders, particularly investors. In the meantime, investors have included ESG performance, green innovation, and ecological efficiency into their evaluation criteria for enterprises (Adhi & Cahyonowati, 2023). Although corporate value metrics typically prioritise investor concerns, it is important to note that public opinion also plays a significant role in shaping value. By transmitting signals to other parties using dependable financial data, the worth of a company can be enhanced and the imbalance of information can be diminished. This aids in mitigating ambiguity related to the company's prospective growth (Brigham & Houston, 2021; Tirta Wangi & Aziz, 2023).

ESG Performance on Firm Value

Companies that exhibit strong environmental, social, and governance (ESG) performance are more inclined to provide comprehensive disclosure of their ESG-related activities. This phenomenon arises from the aim of high-performing organizations to showcase their achievements to stakeholders. The company's proactive involvement in promoting environmental sustainability and community well-being may have a significant impact on the company's overall worth. Furthermore, the company's tangible and beneficial impact on society, which includes initiatives to conserve the environment, plays a crucial role in establishing the credibility required for the long-term viability of the company's operations. This legitimacy encourages companies to cultivate a more favorable reputation, hence potentially augmenting their corporate worth and profitability (Lola and Hersugondo, 2023). ESG issues take the stage in this setting. Investors who prioritise sustainability and social responsibility are typically more drawn to companies that have strong ESG policies. Implementing effective ESG procedures can mitigate risks associated with regulatory compliance and legal disputes, while also enhancing a company's reputation. A high firm valuation not only facilitates obtaining finance on more favourable terms,

but also plays a crucial role in the process of acquiring and merging with other companies. The objective of this research is to demonstrate that the adoption of ESG practices has a beneficial impact on the value of a company. Specifically, it aims to establish a correlation between a high ESG score and superior corporate performance.

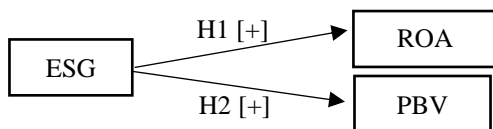
H1: ESG performance has a positive effect on Return on Assets

H2: ESG performance has a positive effect on Price-to-Book Value

Research Framework

Based on the aforementioned explanation, it is feasible to construct the following research framework:

Figure 1: Research Framework



METHOD

Research Type

Research can be classified into various categories based on its purpose and methodology. Some common forms of research include experimental research, observational research, qualitative research, quantitative research, and applied research. This research use quantitative methodologies. Ali et al (2022) define quantitative research as a method of analysing social issues by empirically evaluating a theoretical framework. This study entails the measurement of variables using numerical values, followed by the analysis of the data using statistical techniques to assess the validity of the projected generalisation of the theory.

Data Types and Data Sources

This study utilizes secondary data sourced from ESG scores acquired through the Thomson Reuters Eikon terminal. The financial records of firms listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2019 to 2023 were collected and analyzed using IBM

SPSS 25. The research in the hypothesis testing utilized multiple linear data regression and numerous formulas like ESG Score, PBV, ROA, and Assumption Test Classic.

Multiple Linear Regression Analysis

Multiple linear regression analysis examines the relationship between two dependent variables and independent variable (Jusmansyah, 2020). The formulation of the multiple linear regression equation for this research is as follows:

$$Y1 = a + bx + e$$

$$Y2 = a + bx + e$$

Description :

Y1 = ROA

Y2 = PBV

a = Coefficient

b = Regression Coefficient

x = ESG

e = Error

Definition of Variables

ESG *Score* measures a company's performance in environmental, social, and governance areas using verified data that is recorded and publicly available. The ESG Score can be calculated using a formula according to Revinitiv (2022).

Price to Book Value (PBV) is a financial metric that measures the ratio between the market value of a share and the value of that share as recorded in the financial reports of the company. Put simply, PBV is a measure of the amount investors spend for each unit of assets listed in a company's financial reports (Dharma, 2023). PBV can be determined by utilizing the following formula:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Sahre}}$$

The net profit to total assets ratio quantifies the return on total assets (ROA) by taking into consideration interest and taxes. It demonstrates the level of effectiveness with which a corporation utilizes its assets to generate net income, taking into account all expenses, such as interest and taxes, that have been settled. The calculation of ROA can be determined by utilizing the subsequent formula:

$$ROA = \frac{\text{Net Income available to common stockholders}}{\text{Total assets}}$$

Data Collection

The sample for this research was selected using the purposive sampling method, which involved selecting subjects based on predetermined criteria:

- a. Companies that did not undergo data delisting between 2019-2023.
- b. Companies with ESG scores between 2019-2023.

Table 1. Selection of Sample Companies

Criteria	Total
Companies listed on the Indonesia Stock Exchange	886
Companies that do not have a complete ESG score for the 2019-2023 period	(800)
Total Company	86
Total Observations (5 year periods x 86 companies)	430

Source: Processed Data, 2024

RESULT

Descriptive Statistics

Table 2. Descriptive Statistics Result

	Descriptive Statistics				
	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
ESG	430	0,00	87,15	34,47	28,18
ROA	430	-	72,16	4,58	12,44
PBV	430	-15,89	42,54	2,7	4,80
Valid N (listwise)	430				

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

The descriptive statistics table above provides the minimum value, maximum value, average, and standard deviation of the variables examined in this study. In 2020, BBKA (PT Bank Central Asia Tbk) attained the highest Environmental, Social, and Governance (ESG) score of 87.15. The mean ESG score for the time frame from 2019 to 2023 is 34.47, with a standard deviation of 28.18. In 2019, the GOTO firm (PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk) had the lowest Return on Assets (ROA) value of -114.78. In 2022, the BYAN company (PT Bayan Resources Tbk) had the highest ROA value of 72.16. The mean return on assets (ROA) for the period from 2019 to 2023 is 4.58, with a standard deviation of 12.44. In 2020, ABBA (PT

Mahaka Medika Tbk) reported the PBV ratio at its lowest figure of -15.89. In 2019, UNVR (PT Unilever Indonesia Tbk) achieved the maximum score of 42.54. The mean PBV (Price-to-Book Value) for the time frame from 2019 to 2023 is 2.7, with a standard deviation of 4.80. The mean return on assets (ROA) for the time frame from 2019 to 2023 is 4.58, with a standard deviation of 12.44.

Normality Test

Table 3. Normality Test Result Model I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

Referring to the given table, the normality test for my model indicates that the data does not conform to a normal distribution. The data does not follow a normal distribution, as evidenced by the Asymp Sig. (2-tailed) value of 0.000, which is less than 0.05.

Table 4. Normality Test Result Model II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

In accordance to the presented table, the normality test II indicates that the data does not conform to a normal distribution. The data does not follow a normal distribution, as seen by the Asymp Sig. (2-tailed) value of 0.000, which is below the significance level of 0.05.

Multicollinearity Test

Table 5. Multicollinearity Test Result Model I

	Coefficients	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ESG	1,000	1,000

Dependent Variable: ROA

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

Opting for a higher VIF (Variance Inflation Factor) number and a lower tolerance value enhances the likelihood of encountering multicollinearity. Multicollinearity does not

arise if the Tolerance number is > 0.1 and the Variance Inflation Factor (VIF) is < 10 . According to the model output table I, the ESG variable tolerance value is 1,000, which exceeds the tolerance requirement of 0.1. The ESG variable is 1,000 units less than the VIF value of 10. Thus, it may be inferred that the regression model is not affected by multicollinearity.

Table 6. Multicollinearity Test Result Model II

Coefficients		
Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF
ESG	1,000	1,000

Dependent Variable: PBV

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

Selecting a higher VIF (Variance Inflation Factor) number and a lower tolerance value enhances the likelihood of encountering multicollinearity. Multicollinearity does not arise if the Tolerance number is > 0.1 and the Variance Inflation Factor (VIF) is < 10 . According to the model II output table, the tolerance value for the ESG variable is 1,000, which exceeds the required tolerance of 0.1. The ESG variable is 1,000 units less than the VIF value of 10. Thus, it may be inferred that the regression model is not affected by multicollinearity.

Heteroscedasticity Test

Table 7. Heteroscedasticity Test Result Model I

Coefficients		
	t	sig
(Constant)	8,043	0,000
ESG	0,225	0,822

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

According to the provided table, the results of my heteroscedasticity test indicate that there is no indication of heteroscedasticity. This is corroborated by a p-value of 0.822, which is greater than the significance level of 0.05. Thus, it may be inferred that there is no presence of heteroscedasticity in the regression model.

Table 8. Heteroscedasticity Test Result

Model II		
Coefficients		
	t	sig
(Constant)	5,687	0,000
ESG	2,631	0,009

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

Based to the provided table, the model II heteroscedasticity test indicates the presence of heteroscedasticity. This is backed by a significance value that is less than the hetero value of 0.009, which is smaller than 0.05. Thus, it can be inferred that heteroscedasticity is present in the regression model.

Autocorrelation Test

Table 9. Autocorrelation Test Result Model I

Model Summary					
	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
	.178	0,032	0,029	12,25526	0,891

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

The Durbin-Watson (DW) model I test result is 0.891, as determined by the conducted tests. Next, this value is compared to the values of dl and du. The dl number represents the lower Durbin-Watson statistic, while du represents the upper Durbin-Watson statistic. The dl and du values can be obtained using the Durbin-Watson table using a significance level of 5%. In this case, the total number of data points is 86 and the number of variables is 2. Therefore, the calculated DU value is 1.69 and the DL value is 1.56. Therefore, it can be inferred that there is a positive autocorrelation as the $DW < DL < DU$.

Table 10. Autocorrelation Test Result

Model II					
Model Summary					
	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
	.097	0,009	0,007	4,78394	0,767

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

The Durbin-Watson (DW) model II test value is 0.767, as determined by the conducted tests. Subsequently, this value is contrasted with dl and du. The dl number represents the lower Durbin-Watson statistic, while du represents the upper Durbin-Watson statistic. The dl and du values can be obtained using the Durbin-Watson table using a significance level of 5%. In this case, the total data size is 86 and the number of variables is 2. Therefore, the calculated DU value is 1.69 and the DL value is 1.56. Therefore, it can be inferred that there is a positive autocorrelation as the $DW < DL < DU$.

Multiple Linear Regression Analysis

Table 11. Multiple Linear Regression Model I

	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1,872	0,934		2,004	0,046
ESG	0,079	0,021	0,178	3,742	0,000

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

Model I Equation

$$ROA = 1,872 + 0,079 \text{ ESG}$$

Assuming the ESG variable is held at a constant value of 0, the ROA variable in the following equation is equal to 1.872 units. The regression coefficient for the ESG variable is 0.079, meaning that a one-unit rise in the ESG level, assuming all other independent variables remain constant, will result in a 0.079 increase in ROA.

Table 12. Multiple Linear Regression Model II

	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	2,130	0,365		5,838	0,000
ESG	0,017	0,008	0,097	2,018	0,044

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

Model II Equation

$$PBV = 2,130 + 0,017 \text{ ESG}$$

In line with the test results presented in Table 12, the derived constant value is positive, specifically 2.130 (β). When the ESG variable is held constant at 0, the PBV variable has a value of 2,130 units in the above equation. The regression coefficient value for the ESG variable, which is 0.017, indicates that if the ESG level increases by one unit while keeping the other independent variables fixed, the PBV will increase by 0.017.

Hypotheses Test

Table 13. Hypotheses Test

	ROA		PBV	
	Beta	t	Beta	t
Model I				
(Constant)		2,004**		
ESG	0,178	3,742***		
Model II				
(Constant)				5,838**
ESG			0,097	0,044***

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

Description: *** Significant 1%,
** Significant 5%

The table presents the outcomes of hypothesis testing, which provide a study of the impact of ESG variables on the company's Return on Assets (ROA) and Price-to-Book Value (PBV). Two regression models, Model I for ROA and Model II for PBV, were used in this test. In Model I, the constant has a t value of 2.004, indicating statistical significance at the 5% level ($p < 0.05$). This indicates that the constant is considerably distinct from zero at a 95% confidence level, suggesting the existence of a substantial base effect in this model. In Model I, the ESG variable has a beta coefficient of 0.178, with a t-value of 3.742, indicating statistical significance at the 1% level ($p < 0.01$). These findings indicate that environmental, social, and governance (ESG) factors have a favorable and substantial impact on return on assets (ROA). Each incremental rise of one unit in the ESG score will result in a corresponding gain of 0.178 units in the company's ROA. A significance level of 1% implies a 99% degree of confidence in this outcome, thus allowing us to conclude that ESG has a substantial impact on the company's ROA.

In Model II, the constant has a t-value of 5.838, indicating statistical significance at

the 5% level ($p < 0.05$). Similar to Model I, this demonstrates that the constant in this model is similarly significantly different from zero at a 95% confidence level. In Model II, the ESG variable has a beta coefficient of 0.097, with a t-value of 0.044. This t-value is statistically significant at the 1% level ($p < 0.01$). These findings suggest that environmental, social, and governance (ESG) factors have a beneficial and substantial impact on price-to-book value (PBV). Each incremental gain of one unit in the ESG score will result in a corresponding increase of 0.097 units in the company's PBV. A significance level of 1% shows a high level of confidence, specifically 99%, in the outcome. This suggests that ESG has a significant impact on raising the company's PBV.

Coefficient of Determination

Table 14. Coefficient of Determination Model I

Model Summary		
R	R Square	Adjusted R Square
.178	0,032	0,029

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

The table presents the test findings, which indicate that the corrected r-square value is 0.029. According to this analysis, ESG problems accounted for 2.9% of the impact on ROA, while other factors not included in the study contributed to the remaining 97.1%.

Table 15. Coefficient of Determination Model II

Model Summary		
R	R Square	Adjusted R Square
.097	0,009	0,007

Source: SPSS 25 Processed Data, 2024

As indicated by the test results shown in Table 16, the corrected r-square value is 0.007. The study determined that ESG concerns accounted for a 0.7% influence on PBV, with the remaining impact of 99.3% being attributed to factors that were not examined in this study.

DISCUSSION

The Impact of ESG on Return on Assets in Indonesia 2019-2023

The regression coefficient for the ESG variable is 0.079, signifying a positive value. The ESG variable has a t-value of 3.742 and a significance value of 0.000, which is statistically significant at a level of 0.05. The data analysis reveals that environmental, social, and governance (ESG) characteristics have a favorable and substantial impact on return on assets (ROA). As a result, enhancing the understanding of Environmental, Social, and Governance (ESG) elements can augment the predicted firm value as determined by Return on Assets (ROA) estimates. Conversely, a decline in the recognition of environmental, social, and governance (ESG) concerns can diminish the estimated worth of a corporation as determined by return on assets (ROA) estimates.

Stakeholder theory asserts that corporations must not exclusively prioritize shareholders or any single entity when conducting their economic activities. Instead, firms should cultivate commercial relationships and alliances with all of their stakeholders, such as employees, communities, environmental organizations, governments, and others. By cultivating positive relationships with these stakeholders, firms can establish a more cohesive operational ecosystem and attain continuous growth. Consequently, this will enhance the company's performance and facilitate the attainment of its primary objectives, specifically, creating profits and increasing the company's worth in the future. An ESG score evaluates a company's performance in three key areas: environmental, social, and corporate governance. Investors, stakeholders, and corporations are increasingly concerned with ESG scores due to growing awareness of the significance of sustainable and ethical business practices. Return on assets (ROA) is a financial metric that quantifies a company's profitability concerning its total assets. Return on assets (ROA) is a metric that measures the effectiveness of a corporation in utilizing its assets to create profits. In general,

organizations that have high ESG scores tend to be more adept at risk management, operationally efficient, own a favorable reputation, and enjoy improved access to financial and human resources. Each of these characteristics has the potential to enhance the return on assets (ROA). The results of this study align with prior research undertaken by Fajri Yudha and Rahman (2024), which concluded that there is a positive and substantial correlation between ESG Score and ROA.

The Impact of ESG on Return Price to Book Value in Indonesia 2019-2023

Sustainability reporting and sustainable development have a significant impact on a nation's economic advancement. This is exemplified by the growing body of research that examines the influence of ESG performance on several aspects, particularly its effect on corporate value, to promote the worldwide adoption of sustainability reporting (Junius et al., 2020). The primary aim of this research is to illustrate the positive impact of ESG performance on firm value using PBV as a measure.

The empirical findings from model II demonstrate a strong and statistically significant relationship between ESG factors and PBV. The acceptance of Hypothesis 2 in this study was supported by the positive regression coefficient value of 0.017. The ESG variable has a t-value of 2.018 and a significance value of 0.000, which is less than the threshold of 0.05. This demonstrates that environmental, social, and governance (ESG) factors exert influence on the valuation of a firm, as evidenced by their impact on the company's stock prices. The Corporate Sustainability Report (CSR) of the corporation outlines its direct efforts to enhance community welfare by implementing Environmental, Social, and Governance (ESG) principles. Companies that adopt environmental, social, and governance (ESG) practices are regarded as financially robust since they allocate resources to non-profit programs, make good contributions, and demonstrate accountability for their actions. This is considered a reliable indicator that the

company's worth will consistently and steadily rise. Consequently, investment in the company will generate higher public trust, leading to an increase in the value of corporate shares (Putri et al., 2020).

These findings align with the results of studies conducted by Jeanice and Kim (2023), Triyani et al. (2020), Rossi et al. (2021), and Maftuchah (2018), which investigated the positive influence of ESG performance on corporate value as measured by PBV. Prior research findings provide empirical evidence highlighting the significance of evaluating the impact of ESG practices on the financial worth of corporations, particularly when it comes to the adoption of sustainability and ESG reporting in developing nations.

CONCLUSION

This research aims to analyze the impact of Environmental, Social, and Governance (ESG) performance on firm value, specifically evaluated by Return on Assets (ROA) and Price-to-Book Value (PBV). The empirical results from our initial model indicate that ESG has a notable and beneficial impact on ROA. Enhanced focus on environmental, social, and governance (ESG) concerns has the potential to augment the predicted value of a corporation as determined by the return on assets (ROA) calculations. On the other hand, if ESG aspects are not given enough attention, it can result in a decrease in the predicted firm value as calculated through Return on Assets (ROA). The actual findings from the second model demonstrate a strong and statistically significant relationship between ESG factors and PBV. This demonstrates that environmental, social, and governance (ESG) factors have an impact on the overall worth of a firm, as evidenced by their influence on the company's stock price. The Corporate Sustainability Report (CSR) outlines the company's direct efforts to enhance societal well-being by implementing Environmental, Social, and Governance (ESG) practices.

Based on our findings, this research aligns with all of our hypotheses, and the results can provide valuable insights to

Indonesian companies on implementing ESG practices to enhance corporate value. In addition, our research can offer valuable insights to academics regarding the impact of sustainability knowledge on the business chain. While our findings validate all predictions, it is important to acknowledge the limits of this study. Primarily, this research relied on a five-year dataset spanning from 2019 to 2023. Furthermore, our analysis solely relies on a single independent variable, specifically the ESG score. In addition, the utilization of panel data results in non-normal distribution and the presence of autocorrelation.

REFERENCE

- Adhi, R. E., & Cahyonowati, N. (2023). *Pengaruh Environmental, Social, and Governance Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Non-Keuangandi Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)*. *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(3), 1–12.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian*. 2(2).
- Arofah, S. N., & Khomsiyah. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance dan Environmental Social Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Moderasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 125–133. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.208>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of Financial Management* (E. F. Brigham, Ed.; 16th ed.). Cengage Learning.
- Dharma, B. (2023). Mengapa PBV (Price Book Value) Penting Dalam Penilaian Saham (Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di BEI periode 2021). *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 80–89.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huang, D. Z. X. (2021). Environmental, social and governance (ESG) activity and firm performance: a review and consolidation. *Accounting & Finance*, 61(1), 335–360. <https://doi.org/10.1111/acfi.12569>
- Jeanice, J., & Kim, S. S. (2023). Pengaruh Penerapan ESG Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia. *Owner*, 7(2), 1646–1653. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1338>
- Jusmansyah, M. (2020). *Analisis pengaruh current ratio, debt to equity ratio, total asset turn over, dan return on equity terhadap harga saham*. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 9(2), 179-198.
- Lola, R. B. P., & Hersugondo. (2023). Pengaruh Kinerja Environmental, Social, Governance (ESG) Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kendala Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Melinda, A., & Wardhani, R. (2020). The Effect of Environmental, Social, Governance, and Controversies on Firms' Value: Evidence From Asia. In *International Symposia in Economic Theory and Econometrics* (Vol. 27, pp. 147–173). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/S1571-038620200000027011>
- Moeljadi, & Supriyati, T. S. (2014). Factors Affecting Firm Value: Theoretical Study on Public Manufacturing Firms in Indonesia. *Southeast Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 5(2), 6–15.
- Pasaribu, U. R., Nuryartono, N., & Andati, T. (2019). PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.3.441>
- Qodary, H. F., & Sihar Tambun. (2021). Pengaruh Environmental, Social, Governance (Esg) dan Retention Ratio Terhadap Return Saham Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(2).
- Refinitiv. (2022). *Environmental, Social and Governance (ESG) Scores from Refinitiv* -

May 2022.

Tirta Wangi, G., & Aziz, A. (2023). Analisis Pengaruh ESG Disclosure, Likuiditas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks ESG Leaders. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(3), 44–53. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i3>

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERFORMANCE DENGAN INTENT TO QUIT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Davidjul Setiawan Ziliwu¹

Raden Teja Yokanan²

Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Kristen Immanuel, Yogyakarta Indonesia^{1,2}

e-mail: teja.yokanan@ukrimuniversity.ac.id

ABSTRACT

This study aims to investigate the relationship between interpersonal communication, job satisfaction, and performance through the lens of intent to quit. The research employed a quantitative approach with a sample size of 110 respondents from the production department of PT Konimex in Sukoharjo Regency. Data collection involved the distribution of questionnaires through purposive sampling. Data analysis was conducted using SmartPLS version 4.0, with the measurement model focusing on validity testing through convergent validity, discriminant validity, and Cronbach Alpha. The structural model was assessed using R-square and goodness of fit measures. The findings revealed that interpersonal communication positively influences performance, while it does not impact intent to quit. Job satisfaction was found to have a negative effect on intent to quit but a positive effect on performance. Intent to quit negatively affects performance, and it was unable to mediate the relationship between interpersonal communication and performance.

Keywords: *interpersonal communication, job satisfaction, intent to quit, performance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal dan kepuasan kerja melalui niat untuk keluar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden yang bekerja di bagian produksi PT Konimex Kabupaten Sukoharjo. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarlang langsung kepada responden secara purposive sampling. Analisis olah data menggunakan SmartPLS versi 4.0 dengan model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas menggunakan: *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *Cronbach Alpha*. Selanjutnya untuk model struktural (*inner model*) menggunakan hasil R-square dan *goodness of fit*. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interpersonal communication berpengaruh positif terhadap performance, interpersonal communication tidak berpengaruh terhadap intent to quit, job satisfaction berpengaruh negatif terhadap intent to quit, job satisfaction berpengaruh positif terhadap performance, *intent to quit* berpengaruh negatif terhadap performance, dan intent to quit tidak mampu memediasi pengaruh *interpersonal communication* terhadap *performance*.

Kata kunci: komunikasi interpersonal, kepuasan kerja, niat untuk keluar, kinerja

PENDAHULUAN

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aspek penting dalam dunia bisnis saat ini, kinerja karyawan menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan

organisasi. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan adalah komunikasi individual di dalam lingkungan kerja. Komunikasi individual mencakup interaksi antara karyawan dengan rekan kerja,

atasan, dan bawahan yang pada dasarnya komunikasi yang efektif dalam lingkungan kerja dapat meningkatkan kinerja karyawan. (Robbins dan Judge, 2019). SDM memegang peran penting bagi keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan, karena SDM merupakan aset penting pada perusahaan. Dalam pengelolaan SDM diperlukan manajemen yang mampu mengelola sumber daya secara sistematis, terencana, dan efisiensi. Menurut Sedarmayanti (2017), SDM merupakan kemampuan potensial yang dimiliki manusia yang terdiri dari kemampuan berpikir, komunikasi, bertindak, dan bermoral untuk melaksanakan suatu kegiatan yang bersifat teknis ataupun manajerial.

PT Konimex yang berada di Kabupaten Sukoharjo merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang produksi obat-obatan dan suplemen kesehatan. Sebagai perusahaan yang berkembang pesat, PT Konimex menghadapi tantangan untuk mempertahankan karyawan yang berkualitas dan produktif. Salah satu masalah yang sering dihadapi adalah tingginya tingkat keinginan keluar dan berhenti dari pekerjaan oleh karyawan. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keinginan karyawan untuk keluar dari pekerjaan adalah kualitas *interpersonal communication*, *job satisfaction*, dan *performance*. *Interpersonal communication*, *job satisfaction*, dan *performance* yang buruk dapat menyebabkan konflik, ketidakpuasan kerja, dan kurangnya keterlibatan karyawan dalam organisasi, oleh karena itu sangat penting untuk memahami bagaimana komunikasi interpersonal, kepuasan kerja mempengaruhi kinerja karyawan dan apakah keinginan keluar pekerjaan dapat berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan ini (Robbins dan Judge, 2019).

Berikut ini adalah ringkasan beberapa hal yang menyangkut fenomena permasalahan yang didapatkan dari hasil wawancara. Komunikasi yang kurang efektif antara manajemen dan karyawan dapat menyebabkan ketidakjelasan mengenai tujuan perusahaan, peran individu, harapan, dan kebijakan. Industri farmasi membutuhkan tenaga ahli yang terampil dan berkualitas tinggi, contohnya ahli farmasi, ahli klinis, dan peneliti. Masih terdapat kekurangan tenaga ahli dibidang tersebut karena permintaan yang tinggi dan jumlah lulusan yang terbatas. Industri farmasi

merupakan industri dengan keterampilan tinggi oleh karena itu perusahaan perlu memiliki program retensi yang efektif untuk menjaga karyawan berbakat tetap tinggal dan berkembang di perusahaan.

Terdapat beberapa upaya yang dapat meningkatkan kinerja karyawan. Pertama, investasi dalam pelatihan dan pengembangan tentunya dapat membantu mereka meningkatkan keterampilan dan pengetahuan. Hal tersebut pada gilirannya akan meningkatkan kinerja dan memberikan peluang untuk pengembangan karier dan pertumbuhan pribadi serta meningkatkan motivasi. Kedua, karyawan perlu memiliki pemahaman yang jelas tentang tujuan perusahaan dan tujuan individu. Dengan menetapkan tujuan yang terukur dan terjangkau, karyawan dapat fokus dan bekerja secara efektif untuk mencapai hasil yang diharapkan. Ketiga, mengakui dan menghargai kontribusi karyawan yang baik adalah cara yang efektif untuk meningkatkan motivasi dan kinerja mereka. Pujian dan penghargaan dapat memotivasi karyawan untuk berkinerja tinggi. Keempat, komunikasi yang baik antara rekan kerja, atasan, dan bawahan dapat meningkatkan kinerja karyawan. Komunikasi yang jelas dan terbuka membantu dalam memahami tujuan, harapan, dan umpan balik yang diberikan sehingga karyawan dapat bekerja secara lebih efektif dan efisien.

Terdapat beberapa hal penyebab karyawan yang memiliki niat untuk keluar. Pertama, beberapa karyawan masih belum puas terhadap gaji dan tunjangan karena belum sesuai dengan bidang yang ia kerjakan, contohnya karyawan dibagian produksi obat-obatan dan suplemen makanan. Kedua, terdapat karyawan merasa tidak adanya peluang karir yang jelas maka mereka akan mencari kesempatan di tempat lain yang menawarkan potensi kemajuan yang lebih baik. Ketiga, masih ditemui skill dan kemampuan karyawan yang belum sesuai yang diinginkan oleh perusahaan, kendati sudah diadakan *training*. Perusahaan sudah mengeluarkan biaya *training* namun masih terdapat karyawan yang belum memenuhi skill dan kemampuan yang diharapkan. Keempat, tuntutan pekerja yang tidak seimbang, contohnya, jika karyawan merasa terlalu dibebani dengan tugas dan tanggung jawab yang berlebihan tanpa memadai waktu atau SDM untuk

menyelesaikannya maka mereka ingin mencari pekerjaan yang lebih seimbang.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini hendak menguji pengaruh *interpersonal communication*, *job satisfaction*, terhadap *performance* dengan *intent to quit* sebagai variabel *interventing*.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Interpersonal Communication

Penelitian dari Putri, *et al.* (2024) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai proses meliputi menyampaikan dan penerimaan pesan-pesan. Dari perspektif ini, komunikasi interpersonal lebih dari pada penyampaian informasi antara dua manusia memperoleh makna, identitas, dan hubungan sementara. Sedangkan menurut Effend (2003), komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan. Sikap,

dialogis berupa percakapan. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang mempunyai efek besar dalam hal mempengaruhi orang lain terutama per individu. Faktor yang dapat mempengaruhi *interpersonal communication* yaitu individu yang memiliki keterampilan komunikasi yang baik akan lebih mudah memahami pesan yang disampaikan dan dapat menyampaikan pesan dengan jelas dan tepat. Individu yang berasal dari latar belakang budaya, nilai, norma yang berbeda mungkin memiliki cara berkomunikasi yang berbeda pula. Intinya *interpersonal communication* untuk memberikan pengaruh besar dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Bagaimana seseorang dapat berperilaku positif seperti berpikir positif terhadap dirinya maupun terhadap lawan bicaranya, serta mampu untuk memahami perasaan dan pikiran orang lain dari sudut pandang orang lain atau kemampuan memproyeksikan diri kepada diri orang lain.

Tabel 1.
Profil Responden

Profil Responden		Total	%
Umur	≥ 17 s.d ≤ 25 th	56	50.9
	≥ 25 s.d ≤ 34 th	49	44.5
	≥ 34 s.d ≤ 43 th	5	4.5
Total		110	100
Tingkat Pendidikan	SMA	38	34.5
	Diploma	3	2.7
	S1	63	57.3
	S2	6	5.5
	Total	110	100
Status Pekerjaan	Karyawan tetap	16	14.5
	Karyawan tidak tetap	94	85.5
Total		110	100
Lama Bekerja	≥ 0 s.d. < 5 th	99	90
	≥ 5 s.d. < 10 th	6	5.5
	≥ 10 s.d < 15 th	4	3.6
	≥ 15 s.d < 20 th	1	0.9
	Total	110	100

komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang

Job Satisfaction

Byars dan Rue (2011) menyatakan bahwa kepuasan kerja yang tinggi akan mendorong

terwujudnya tujuan organisasi secara efektif. Sementara tingkat kepuasan kerja yang rendah merupakan ancaman yang akan membawa kehancuran atau kemunduran bagi organisasi secara cepat maupun perlahan. Menurut Rivai (2004) kepuasan kerja merupakan satu faktor terpenting yang dapat membentuk *organization citizenship behavior* (OCB). OCB adalah perilaku yang merupakan pilihan dan inisiatif individual, tidak berkaitan dengan *system reward* atau penghargaan formal organisasi tetapi mampu meningkatkan efektifitas organisasi (Andriani, *et al* 2012). Kepuasan kerja dalam sebuah organisasi akan mencerminkan tingkat dimana seorang karyawan menyukai pekerjaannya. Perilaku karyawan terhadap suatu pekerjaan dapat dilihat dari tanggapan dan reaksi emosional terhadap pekerjaannya

Intent to Quit

Intensi merupakan fungsi dari tiga determinan dasar yaitu pertama sikap individu terhadap perilaku, kedua adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang bersangkutan dan yang ketiga adalah aspek kontrol perilaku yang di hayati. *Intent to quit* menjelaskan keinginan individu untuk meninggalkan dan berhenti dari organisasi tempatnya bekerja. Studi yang dilakukan, variabel ini digunakan dalam cakupan luas meliputi keseluruhan tindakan penarikan diri (*withdrawal cognitions*) yang dilakukan karyawan. Kecenderungan meninggalkan organisasi kemungkinan mencari pekerjaan lain, dengan adanya alternatif pekerjaan yang lebih baik (Aulia, *et al* 2023).

Performance

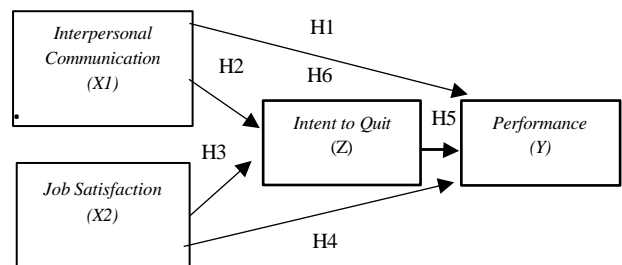
Performance adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategi suatu organisasi (Moeheriono, 2012). *Performance* merupakan sebuah prestasi yang telah dicapai oleh karyawan dalam menjalankan pekerjaan yang telah diberikan. Perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila kinerja sumber daya manusia berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Keberhasilan ataupun

kegagalan dalam suatu organisasi dalam melaksanakan tugas sangat berhubungan dengan kinerja karyawan, pencapaian kinerja dalam organisasi merupakan faktor yang harus diperhatikan untuk mewujudkan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Sandy 2015; Asteria dan Nurkholis 2021). Berdasar penjelasan tersebut, berikut hipotesis dalam penelitian ini:

- H1. *Interpersonal communication* berpengaruh positif terhadap *performance*.
- H2. *Interpersonal communication* berpengaruh negatif terhadap *intent to quit*.
- H3. *Job satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *intent to quit*.
- H4. *Job satisfaction* berpengaruh positif terhadap *performance*
- H5. *Intent to quit* berpengaruh negatif terhadap *performance*.
- H6. *Intent to quit* mampu memediasi pengaruh *job satisfaction* terhadap *performance*

MODEL PENELITIAN

Berdasarkan hipotesis yang dibangun, berikut model dalam penelitian ini:



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penulis memilih metode kuantitatif dikarenakan penulis ingin mendapatkan data yang akurat, berdasarkan fenomena yang empiris dan dapat diukur.

Lokasi Penelitian

Penelitian menentukan obyek penelitian di Perusahaan PT Konimex di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2015). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah karyawan PT Konimex bagian produksi yang berjumlah 300 orang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti Riduwan (2015). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 110 responden.

57 responden, dan jumlah responden jenis kelamin perempuan sebanyak 53 responden dengan rincian karakteristik responden berdasarkan umur, tingkat pendidikan, status pekerjaan, dan lama bekerja di perusahaan.

Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2015), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Untuk mendapatkan data primer, beberapa cara yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melakukan wawancara tatap muka kepada pelanggan, dan kuesioner. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewer*) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015).

Tabel 2.
Outer Loading Sebelum Indikator yang Invalid Dikeluarkan

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Interpersonal Communication	X1.1	0,904	Valid
	X1.2	0,940	Valid
	X1.3	0,932	Valid
Job Satisfaction Performance	X2.3	0,913	Valid
	X2.4	0,924	Valid
	X2.5	0,918	Valid
	Y1	0,911	Valid
Intention to Quit	Y2	0,914	Valid
	Y3	0,905	Valid
	Y4	0,760	Valid
	Z1	0,875	Valid
	Z2	0,851	Valid
	Z3	0,854	Valid
	Z6	0,899	Valid
Z7	0,848	Valid	

Sumber: Smart PLS 4.0

Berdasarkan Tabel 1, jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* merupakan metode analisis yang *powerfull* dan sering disebut sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Squares*).

Uji Instrumen

1. Analisis Skema Model Partial Least Square

Uji *outer* model bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Hasil analisis menunjukkan adanya nilai-nilai yang menentukan validitas yaitu > 0,7 dan terdapat *path coefficients* yaitu nilai yang berguna dalam

menunjukkan arah hubungan pada variabel apakah hipotesis memiliki arah yang positif dan negatif.

2. Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Outer model adalah model pengukuran yang terdiri dari indikator dan jalur yang

kembali *running* kalkulasi PLS *Algorithm*. Caranya dengan mengeluarkan satu per satu indikator yang invalid sehingga menghasilkan *outer loading* yang indikatornya valid. Tabel 2 menampilkan data *outer loading* > 0,70, sehingga setiap indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian dan analisis selanjutnya.

Tabel 3.
Cross Loading Factor

	Organizational Culture	Occupational Health & Safety	Work Conflict	Employee Performance	Job Stress
X1.1	0,910	0,603	0,529	-0,340	0,037
X1.2	0,946	0,731	0,598	-0,343	0,034
X1.3	0,937	0,659	0,558	-0,295	-0,030
X2.3	0,615	0,914	0,444	-0,324	-0,177
X2.4	0,693	0,932	0,594	-0,367	-0,041
X2.5	0,673	0,932	0,538	-0,357	0,156
Y.1	0,533	0,513	0,911	-0,458	0,075
Y.2	0,487	0,470	0,915	-0,437	0,097
Y.3	0,489	0,504	0,905	-0,440	0,120
Y.4	0,593	0,509	0,758	-0,375	0,026
Z.1	-0,264	-0,320	-0,424	0,881	0,068
Z.2	-0,241	-0,285	-0,396	0,872	0,028
Z.3	-0,341	-0,315	-0,374	0,866	-0,028
Z.6	-0,391	-0,420	-0,534	0,903	-0,019

Sumber: Smart PLS 4.0

menghubungkan mereka dengan faktor masing-masing (Garson, 2016).

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. (Ghozali, 2011). Data yang valid pasti reliabel dan obyektif. (Sugiyono, 2015).

a. Convergent Validity

Setelah dilakukan pengujian, beberapa indikator dinyatakan *invalid*, maka dilakukan

b. Discriminant Validity

Berdasarkan hasil uji terhadap 110 responden seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai *cross loading factor* dari masing-masing indikator pada tiap variabelnya lebih besar dari nilai *cross loading factor* lainnya. Maka dapat dikatakan bahwa uji terhadap 110 responden pada penelitian ini memiliki nilai *discriminant* yang baik sehingga dapat digunakan untuk penelitian dan analisis lebih lanjut.

c. Average Variance Extracted (AVE)

AVE mencerminkan komunalitas rata-rata untuk setiap faktor laten dalam model reflektif. Syarat memenuhi validitas konvergen yaitu nilai AVE yang dihasilkan > 0,50. Jadi jika nilai AVE < 0,50, maka dapat dikatakan bahwa nilai

tersebut tidak memenuhi persyaratan validitas konvergen (Ghozali dan Latan, 2015).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen

Tabel 4.
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Kriteria	Keterangan
Interpersonal Communication	0,536	> 0.50	Valid
Job Satisfaction	0,527	> 0.50	Valid
Performance	0,765	> 0.50	Valid
Intent to Quit	0,542	> 0.50	Valid

Sumber: Smart PLS 4.0

dalam mengukur konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

a. Composite Reliability

Composite reliability adalah sejauh mana indikator mengukur konstruk yang sama terkait satu sama lain. Nilai *composite reliability* yang dihasilkan semua konstruk sangat baik yaitu > 0,70. Jika nilai *composite reliability* > 0,70 maka indikator tersebut dinyatakan reliabel (Hair, et. al 2021).

Tabel 5.
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Kriteria	Keterangan
Interpersonal Communication	0,817	> 0.70	Reliabel
Job Satisfaction	0,814	> 0.70	Reliabel
Performance	0,928	> 0.70	Reliabel
Intent to Quit	0,835	> 0.70	Reliabel

Sumber: Smart PLS 4.0

b. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha adalah pendekatan batas bawah yang dapat di terima dari internal yang sebenarnya semua konstruk sangat baik yaitu > 0,70. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70

maka indikator tersebut dapat dinyatakan reliabel (Hair, et al. 2021).

Tabel 6.
Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Interpersonal Communication	0,733	Reliabel
Job Satisfaction	0,715	Reliabel
Performance	0,895	Reliabel
Intent to Quit	0,777	Reliabel

Sumber: Smart PLS 4.0

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent dengan variabel intervening. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan PLS, dengan melihat nilai probabilitas. Tabel 7 menampilkan hasil pengujian hipotesis melalui proses bootstrapping dengan SmartPLS 4.0.

Berdasarkan Tabel 7, hubungan variabel *interpersonal communication* terhadap *performance* memiliki nilai p-value 0,000 (p < 0,05), dengan nilai *original sampel* 0,351 yang menunjukkan bahwa arah pengaruh adalah positif. Dengan demikian H1 pada penelitian ini terdukung. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *interpersonal communication* dan indikator-indikatornya berpengaruh positif terhadap variabel *performance* dengan indikator-indikatornya. Komunikasi interpersonal membantu perkembangan pengetahuan personal dan wawasan kita terhadap interaksi manusia (Aesthetika, 2018). Dengan adanya komunikasi interpersonal yang efektif tersebut, maka akan dapat terjadi transfer pengetahuan dan informasi sehingga dapat membantu dalam peningkatan performa dari masing-masing individu yang berkomunikasi. Hal ini membuktikan bahwa *interpersonal communication* berpengaruh positif terhadap *performance* semakin baik komunikasi interpersonal dilakukan maka akan semakin meningkatkan *performance* karyawan memahami keunikan individu, kita harus

memahami pikiran dan perasaan orang lain secara personal karena inti dari komunikasi interpersonal adalah berbagi makna dan informasi antara dua belah pihak (Wood, 2013; Aestetika, 2018). Dengan adanya komunikasi interpersonal yang efektif tersebut, maka akan dapat terjadi transfer pengetahuan dan informasi sehingga dapat membantu dalam peningkatan performa dari masing-masing individu yang berkomunikasi. Hal ini membuktikan bahwa *interpersonal communication* berpengaruh positif terhadap

pengaruh variabel *job satisfaction* terhadap *intent to quit* adalah negatif. Dengan demikian H3 pada penelitian ini terdukung. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *job satisfaction* dengan indikator-indikatornya memiliki pengaruh negatif terhadap variabel *intent to quit* dengan indikator-indikatornya, artinya semakin meningkat kepuasan kerja yang dirasakan akan semakin menurunkan kemungkinan *intent to quit* oleh karyawan.

Selanjutnya berdasarkan tabel 7, hubungan variabel *job satisfaction* terhadap

Tabel 7.
Hasil Analisis Bootstrapping

	Performance		Intent to Quit		Intent to Quit → Performance	
	Original Sample	P Values	Original Sampel	P Values	Original Sampel	P Values
Interpersonal Communication	0,351	0,000**	0,086	0,142	0,047	0,159
Job Satisfaction	0,214	0,042**	-0,262	0,044**	0,075	0,115

performance semakin baik komunikasi *interpersonal* dilakukan maka akan semakin meningkatkan *performance* karyawan.

Berdasarkan Tabel 7, variabel *Interpersonal Communication* terhadap *intent to quit* memiliki p-value 0,142 ($p > 0,05$), dengan nilai *original sampel* -0,163 yang menunjukkan bahwa H2 pada penelitian ini tidak terdukung. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *interpersonal communication* dengan indikator-indikatornya tidak berpengaruh terhadap variabel *intent to quit* dengan indikator-indikatornya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan adanya budaya kerja serta penerapan sistem kerja yang sudah berjalan dengan baik sehingga tanpa perlu melakukan banyak komunikasi, masing-masing karyawan sudah memahami tugasnya serta otomatis melaksanakan standar operasional dan prosedur dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Berdasarkan Tabel 7, variabel *job satisfaction* terhadap *intent to quit* memiliki p-value 0,044 ($p < 0,05$), dengan nilai *original sampel* -0,262 yang menunjukkan bahwa arah

performance memiliki nilai p-value 0,042 ($p < 0,05$) dengan nilai *original sampel* 0,214 yang menunjukkan bahwa H4 pada penelitian ini terdukung. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini, variabel *job satisfaction* dan indikator-indikatornya berpengaruh positif terhadap variabel *performance* dengan indikator-indikatornya.

Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi menunjukkan sikap yang positif terhadap pekerjaannya, sebaliknya seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya menunjukkan sikap negatif terhadap pekerjaannya (Robins, 2019). Seseorang yang merasa puas dengan pekerjaannya akan memiliki motivasi lebih dalam bekerja sehingga karyawan tersebut akan selalu berusaha untuk meningkatkan kinerjanya sebaik mungkin. Hal ini membuktikan bahwa *job satisfaction* berpengaruh positif terhadap *performance*, sehingga perusahaan harus selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawannya.

Berdasarkan Tabel 7, variabel *intent to quit* terhadap *performance* memiliki p-value 0,000 ($p < 0,05$), dengan nilai *original sampel* - 0,286 yang menunjukkan bahwa arah pengaruh variabel *intent to quit* terhadap *performance* adalah negatif. Dengan demikian H5 pada penelitian ini terdukung. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *intent to quit* dengan indikator-indikatornya berpengaruh negatif terhadap variabel *performance* dengan indikator-indikatornya. Seorang karyawan yang merasa tidak nyaman untuk bekerja di suatu tempat akan menginginkan untuk keluar dan berhenti dari tempatnya bekerja tersebut, sehingga hal tersebut akan berpengaruh pula pada penurunan *performance* yang dihasilkan. Karena keinginan untuk keluar akan memunculkan rasa malas dalam melaksanakan pekerjaannya sehingga kinerja yang dihasilkan pun tidak akan maksimal. Dalam suatu perusahaan, kinerja karyawan memiliki peranan yang sangat penting karena akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan sehingga dalam hal ini *intent to quit* haruslah dapat diturunkan seminimal mungkin agar fokus kerja karyawan meningkat.

Berdasarkan Tabel 7, variabel *interpersonal communication* terhadap *performance* melalui *intent to quit* memiliki p-value 0,159 ($p > 0,05$), dengan nilai *original sampel* 0,047. Dengan demikian H6 pada penelitian ini tidak terdukung. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini variabel *intent to quit* dengan indikator-indikatornya tidak mampu memediasi pengaruh *interpersonal communication* terhadap *performance* dengan indikator-indikatornya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap karyawan PT Konimex yang berada di Kabupaten Sukoharjo mengenai pengaruh *interpersonal communication* dan *job satisfaction* terhadap *performance* dengan *intent to quit* sebagai variabel intervensi

menggunakan metode Partial Least Square (PLS), hasil penelitian memberikan kesimpulan bahwa *interpersonal communication* berpengaruh positif terhadap *performance*, *job satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *intent to quit* dan *job satisfaction* berpengaruh positif terhadap *performance*, *intent to quit* berpengaruh negatif terhadap *performance*. Di sisi lain, *intent to quit* tidak mampu memediasi hubungan *interpersonal communication* terhadap *performance* dan *interpersonal communication* tidak berpengaruh terhadap *intent to quit*.

Saran

Bagi perusahaan, *interpersonal communication* terbukti berpengaruh positif terhadap *performance* maka dibutuhkan *interpersonal communication* yang terbuka, jelas, dan saling percaya untuk menunjang *performance* perusahaan. Di sisi lain untuk *job satisfaction*, manajemen harus memperhatikan pemenuhan gaji dan tunjangan yang diharapkan karyawan secara proporsional. Selanjutnya, *intent to quit* harus dicegah dan diperbaiki dengan pemenuhan komunikasi antar pribadi dan kepuasan karyawan yang baik. Apabila *job satisfaction* karyawan rendah dan *intent to quit* karyawan tinggi maka dapat menimbulkan niat karyawan untuk mengundurkan diri dan berhenti dari perusahaan.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain baru lainnya yang belum diteliti, contohnya budaya organisasi. Hal tersebut tentunya harus melakukan observasi terlebih dahulu tentang kesesuaian fenomena yang ada di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Tujuannya adalah untuk penelitian pengembangan dan sebagai bahan perbandingan penelitian selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

- Aesthetika, N.M., (2018). Buku Ajar Komunikasi Interpersonal. Sidoarjo: Umsida Press

- Andriani, G., Djalali, M.A., and Sofiah, D., (2012). "Organizational Citizenship Behavior dan Kepuasan Kerja pada Karyawan". *Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol. 03, No. 01. (341-354)
- Asteria, B. dan Nurkholis, A., (2021). Analisis Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PD BPR Bantul. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*. Vol. 1, No.1. (126-142)
- Byars, L.L. and Rue, L.W. (2011). *Human Resource Management*. New York: Mc Graw-Hill.
- Duryadi. (2021). *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Metode Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Effendy, O.U., (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: CitraAditya Bakti.
- Aulia, F.B., dkk (2023). Peran Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi pada Intention to Quit Organizational Citizenship Behavior di UPTD Rusunawa Sleman. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*. Vol. 7. No.1
- Garson, G.D., 2016, *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Model*, USA.
- Ghozali, I., 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., Latan, H., 2015, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hair Jr., J.F., et.al., 2021, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*, Springer, Switzerland.
- Moeheriono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Putri, D.C., Abas, E., Monica, V.R., (2024). Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Relationship antara Kepala Madrasah dengan Guru di MIN 5 Bandar Lampung. *Journal on Education* Vol. 06 No.04.
- Rivai, V. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Edisi 1*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Robbins, S.P., & Judge, T.A. (2019). *Organizational Behavior (17th ed.)*. Pearson.
- Riduwan, 2015, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Cetakan ke-6, Alfabeta, Bandung.
- Sedarmayanti, 2017. *Perencanaan & Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Surabaya: Refika Aditama.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan ke-4, Alfabeta, Bandung.
- Uguy, C., Tumbel, A., Tumbuan, W.J.F.A., (2017). Pengaruh Stres, Motivasi dan Kepuasan kerja terhadap Kinerja Pegawai: Studi pada Pegawai Non Medis di RS Bhayangkara Manado. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 5 No. 4. (369-378)

INDEKS SUBYEK

JURNAL RISET MANAJEMEN & BISNIS (JRMB)

B

Budaya Organisasi, 1, 3, 7

C

Current Ratio, 11, 13, 15, 17

D

Debt to Asset Ratio, 11, 13, 14, 17

E

Environmental, 37, 40, 44

ESG, 43, 44, 45

F

Fear of Missing Out. 21, 22, 29

G

Governance, 35, 38, 42

I

Interpersonal communication, 47, 49, 53

Intent to quit, 47, 50, 54

J

Job satisfaction 47, 49, 54

K

Kinerja Karyawan, 1, 4, 5, 6

Kinerja Keuangan, 13, 17

P

Payroll system, 1

Performance, 47, 50, 54

Price to Book Value, 35, 38, 43

Q

Revenge Tourism, 21, 24, 31

R

Return on Asset, 35, 38, 42

S

Size, 11,

Signalling Theory, 13

Social, 35, 37, 38, 42

Sustainability, 35, 37

T

Technology Acceptance Model, 2

Transformational leadership, 1

U

Ukuran Perusahaan, 13, 14, 17

V

Visit Decision, 21

INDEKS PENULIS

JURNAL RISET MANAJEMEN & BISNIS (JRMB)

A

Adityar Kirana, 11
Afnei Ngan Billy Tumba, 35
Agustini Dyah Respati, 1
Ananda Fadia Indah Ramadhani, 35

B

Batsyeba Junita Saragi, 1
Besse Nur Fatimah Hefri, 35

D

Davidjul Setiawan Ziliwu, 47
Dinda Ayu Sieradianto Angelia, 35

E

Ety Istriani, 21

G

Gracia Alya Quina Akhmad, 35

N

Nathaniel Putra Caesar Antolis, 21

R

Raden Teja Yokanan, 47
Rispantyo, 11