

FEB ENEFECIUM

7th Prosiding Business and Economics
Conference in Utilizing of Modern Technology

“AI to Create Business Sustainability: Innovation, Creativity, and Social Responsibility in Digital Era”

Book of Abstract

Co-Host



UNIVERSITAS
MURIA KUDUS
Empathy • Quality • Integrity

KALLA
INSTITUTE

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

**THE 7th BUSINESS AND ECONOMICS CONFERENCE IN UTILIZING
OF MODERN TECHNOLOGY**

Reviewer:

Prof. Imam Ghozali, M.Com. Hons.
Prof. FX. Sugiyarto, M. Ec. Dr.
Dr. Barkah Susanto, S.E., M.Sc. Ak.
Dr. Rochiyati Murniningsih, S.E., M.P.
Muhdiyanto, SE., M.Si.
Mulato Santosa, S.E., M.Sc.
Dr. Wawan Satdyo Nugroho, S.E., M.Si., Ak., CA.
Nur Laila Yuliani, S.E., M.Sc., Ak.
Siti Noor Khikmah, S.E., M.Si., Ak.
Diesyana Ajeng Pramesti, S.E., M.Sc.

Editor:

Veni Soraya Dewi, S.E., M.Si.
Nur Hidayah, S.E., M.M.
Betari Maharani, S.E., M. Sc
Ravindra Ardiana Darmadi, S.M. M.Sc.
Wahyu Anggit Prasetya, S.E., M.Sc.
Pranita Siska Utami, S.E., M.Sc.
Muhamad Wahid Ibrahim, S.E., M.Sc.
Anissa Hakim Purwantini, S.E., M.Sc.
Farida, S.E., M.Si., Ak., CA.
Ida Uliyah, S.M., M.M.
Ariq Fikria Niagasi, S.E, M.M

Desain Cover:

Ravindra Ardiana Darmadi, S.M., M.Sc.

KATA PENGANTAR

Assalamu’alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, nikmat dan berkah kepada kita semua, khususnya segenap panitia sehingga buku abstrak ini selesai disusun. Sholawat dan salam kita haturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah memberi suri tauladan, sehingga kita semua tercerahkan sampai dengan saat ini. Terima kasih kami ucapkan kepada segenap para peserta dan kontributor yang telah berpartisipasi untuk menghasilkan karya-karya luar biasa dan berkenan mempresentasikannya dalam acara *The seventh BENEFECIUM* tahun 2024 dengan tema “*AI to Create Business Sustainability: Innovation, Creativity, and Social Responsibility in Digital Era*”.

Acara seminar dan *Call for Paper* ini terlaksana dengan baik karena semakin berkembangnya teknologi sehingga banyak perusahaan yang bertransformasi secara digital. Pelaku bisnis di segala level harus dapat beradaptasi dengan perkembangan ini untuk dapat bertahan dalam bisnisnya dibawah tekanan lingkungan yang sangat cepat berubah. BENEFECIUM ini merupakan sebuah forum diseminasi hasil kajian yang mengarah pada pokok permasalahan ide tersebut. Harapannya hasil kajian ini tentunya tidak berhenti sampai pada diseminasi, tetapi mendorong ke langkah yang lebih aplikatif.

Akhir kata, selamat membaca...

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

Magelang, 8 Agustus 2024

PANITIA

DAFTAR ISI

SUSUNAN DEWAN REDAKSI	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
Pengaruh Insentif Pajak dan Literasi Digital terhadap Keberlangsungan UMKM berbasis Green Business.....	1
Implementasi <i>Activity Based Costing</i> dalam Penentuan Harga Pokok Produksi (Studi Kasus pada UD. Arofah Berkah Jember).....	3
Determinan <i>Fraud Diamond</i> dalam Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa.....	4
Dampak <i>Good Corporate Governance</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol.....	6
Analisis Model Digital <i>Fundraising</i> Zakat Infak dan Sedekah di Lazismu Bangka Belitung	7
<i>Inventory Accounting Method Selection: The Relationship Between Cost Of Goods Sold Variability and Inventory Variability</i>	8
Strategi Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pemanfaatan Lidah Buaya Menjadi Minuman Nata De Aloevera Pada Umkm Omah Aloevera Purworejo Jawa Tengah	9
Analisis Kesiapan Organisasi dalam Mengadopsi Sistem Informasi Manajemen Berbasis <i>Cloud</i>	10
<i>Implementation of Digital Marketing as a Strategy to Improve Marketing Strategies in Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM)</i>	12
Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Indonesia	14
<i>Analyzing Factors Influencing Customer Retention in Generation Z Digital Wallet Services in Indonesia</i>	15
<i>Social Media Marketing & Fenomena Impulsive Buying</i> Gen-Z Terhadap Produk Kosmetik	16
Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Desa dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Padang Pio	17
Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja di Dinas Perumahan Rakyat, Kawasan Permukiman, Pertanahan dan Lingkungan Hidup Kabupaten Bengkayang	19
Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Kota Yogyakarta	21
Evaluasi Rasio Keuangan Bank dan Implikasinya Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Perbankan	22

Pengaruh <i>Debt to Equity Ratio</i> , <i>Return on Asset</i> , <i>Current Ratio</i> Terhadap Harga Saham dengan <i>Earning per Share</i> Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022	23
Kajian Standarisasi Gula Kelapa Kualitas Ekspor Sebagai Produk Unggulan di Kabupaten Purworejo.....	24
Peran Kapital Spiritual dalam Penumbuhan Motivasi dan Peningkatan Kinerja Karyawan Pertanian Karmel.....	25
Analisi Gaya Kepemimpinan Kepala Desa dalam Pembangunan Desa Lesabela, Kecamatan Ledo, Kabupaten Bengkayang	26
Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022	27
Pengaruh Profitabilitas dan <i>Investment Opportunity Set</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi.....	28
Analisis Peran Budaya Amare Terhadap Pengembangan Karakter Mahasiswa Institut Shanti Bhuana	29
Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bengkayang	30
Pengaruh Beban Kerja, Stres Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Turnover Intention Pada PT Sinar Indah Kertas	31
Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Kabupaten Landak.....	32
Pengaruh Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> , <i>Good Corporate Governance</i> , dan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi	34
Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Gender Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.....	36
Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Lapangan dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening	37
Pengaruh Kompensasi, Pengembangan Karir, Motivasi Kerja Terhadap Kinerja di PT. Sarana Cahaya Makmur di Ganjar Agung	38
Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Minat Beli Ulang pada <i>E-Commerce</i> Tokopedia dengan <i>Behavioural Intention</i> sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Tahun Akademik 2020 FEB Universitas Muhammadiyah Metro)	39
Analisis Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan pada PT Pandawa jaya Group	41
Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Studi Empiris pada UMKM di Magelang)	43

Peran Variabel Moderasi Ukuran Perusahaan dalam <i>Finansial Distress, Debt Default</i> , dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Opini Audit <i>Going Concern</i> (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2022)	44
Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Minat Investasi.....	46
Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Lingkungan Sosial, <i>Locus of Control</i> , dan <i>Financial Technology</i> terhadap Perilaku Keuangan (Studi Empiris pada Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi di Universitas se-Kedu)	47
Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Akuntabilitas Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris pada Pemerintah Daerah Kota/Kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat dan Sumatera Utara Periode 2017-2021).....	49
Peran Sistem Keuangan Desa terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa.....	50
Analisis Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan pada PT Pandawa Jaya Group	51
Pengaruh <i>Employee Engagement, Transformational Leadership</i> , dan <i>Perceived Organizational Support</i> terhadap Kinerja Karyawan (Studi Empiris pada PERUMDA Air Minum “Tirta Gemilang” Kabupaten Magelang).....	53
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	54
Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap Keputusan Pembelian Jiniso di Shopee dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pengguna Shopee di Magelang).....	55
Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Sosial Media, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha	57
Pengaruh Getok Tular, Kesadaran Merek , dan Citra Merek terhadap Niat Beli (Studi Empiris pada Konsumen Produk Natasha di Magelang)	58
Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, Online Customer Rating dan E-trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Ecommerce (Studi Empiris pada Pengguna Shopee).....	59
Pengaruh Efikasi Diri, Komitmen Organisasi, dan Kelelahan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Empiris pada Karyawan UMKM Di Kota Magelang)	60
The Influence of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Fashion Involvement and Shopaholic Behavior on Impulse Buying (PT. Matahari Department Store Magelang).....	61
Pengaruh <i>Work Life Balance</i> , Motivasi, Lingkungan Kerja dan Keterikatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Empiris di Taman Wisata Candi Borobudur)	62
Pengaruh Kualitas Produk, Ulasan Konsumen, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian.....	63
Pengaruh <i>Celebrity Endorser, Brand Image</i> , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Konsumen Kosmetik Wardah)	65

Pengaruh Sistem Pengendalian Internal dan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Daerah	66
Performance and Sustainable Business Development of Food MSMEs in Kudus, Central Java	67
Village Financial Management: The Influence of Accountability, Transparency and Village Financial Accounting Systems	68
Analisis Keputusan Manajerial Sistem Profit Loss Sharing Terhadap Tingkat NPF Bank Umum Syariah di Indonesia	70
Inspiring Change: Social Media Content Impacts Analysis of a Sustainable Fashion Influencer in Indonesia.....	71
Pengembangan Konsep <i>Sustainable City</i> Branding Kota Pangkalpinang sebagai Kota Kreatif	73
The Influence of Personality Traits on Unethical Behavior Tendencies of Business Campus Students in Makassar	74
Pemilu dan Perubahan Harga Saham: Tinjauan <i>Event Study</i> atas Volatilitas Pasar dan Abnormal Return	76
Determinan <i>Green Intellectual Capital Index</i> Dalam Pengungkapan Emisi Karbon Dan Transparansi Terhadap Kinerja Keuangan	77
Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Byintanshop Di Kota Jember.....	79

Pengaruh Insentif Pajak dan Literasi Digital terhadap Keberlangsungan UMKM berbasis Green Business

Fahry Reza¹, Rifki Hanif Setiawan², Yudistira Bagus Pratama³, Dani Fauzi⁴

¹ Program Studi Kewirausahaan / Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

² Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar / Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

³ Program Studi Ilmu Komputer / Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁴ Program Studi Pariwisata / Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

*e-mail: fahry.reza@unmuhbabel.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of tax incentives and digital literacy on the sustainability of MSMEs with green business as a moderating variable. The ability of business actors to accelerate knowledge of science and technology in environmentally friendly business activities plays a key role in maintaining competitiveness in the current global market. This research uses a quantitative approach with a survey method to collect data from various MSME actors in Pangkalpinang City. Survey respondents are limited to processing business activities from 64 micro and small business actors spread across seven districts in Pangkalpinang City. Using the Planned Behavior Theory approach and Moderated Regression Analysis (MRA), the results show that the Green Business variable can moderate the tax incentive variable and strengthen its influence on business sustainability, with an ANOVA test result of 965.320 and a significance of <0.001. The Green Business variable also moderates the digital literacy variable and strengthens its influence on business sustainability, with an ANOVA test result of 1243.477 and a significance of <0.001. Thus, it can be concluded that the linear regression in this study is applicable. Future researchers can expand the sample coverage to include various business types and MSME groups to obtain comprehensive results for the green business moderating variable across all MSME groups.

ABSTRAK

Kata Kunci:

*Insentif Pajak,
Literasi Digital;
Green Business;
Keberlanjutan
UMKM; Industri
Pengolahan.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh insentif pajak dan literasi digital terhadap keberlangsungan umkm dengan *green business* sebagai variabel moderasi. Kemampuan pelaku usaha dalam mengakselerasi pengetahuan ilmu dan teknologi dalam kegiatan bisnis yang ramah lingkungan menjadi peran kunci agar tetap bertahan di tengah-tengah persaingan global saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari berbagai pelaku umkm di Kota Pangkalpinang. Responden survei dibatasi hanya pada kegiatan usaha hasil pengolahan dari 64 pelaku usaha mikro dan kecil yang tersebar pada tujuh kecamatan di Kota Pangkalpinang. Melalui pendekatan

Planned behavior theory dan menggunakan analisis *Moderated Regression Analysis (MRA)*, menunjukkan hasil bahwa variabel *Green Business* mampu memoderasi variabel insentif pajak dan memperkuat pengaruh terhadap variabel keberlangsungan usaha dengan hasil uji f (anova) sebesar 965,320 dan signifikansi <0,001. Variabel *Green Business* juga mampu memoderasi variabel literasi digital dan memperkuat pengaruh terhadap variabel keberlangsungan usaha dengan hasil uji f (anova) sebesar 1243,477 dan signifikansi <0,001. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi linear pada penelitian ini dapat digunakan. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan sample baik jenis usaha maupun kelompok umkm sehingga dapat di ketahui hasil secara komprehensif untuk variabel moderasi *green business* pada semua kelompok umkm.

Implementasi *Activity Based Costing* dalam Penentuan Harga Pokok Produksi (Studi Kasus pada UD. Arofah Berkah Jember)

Ihsan Rizkyansah Akhmad^{1*}, Dwi Cahyono¹, Riyanto Setiawan¹

¹Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

*e-mail: ihsanrizkiyansah@gmail.com

ABSTRACT

This research discusses the application of Activity Based Costing (ABC) in determining the cost of production at UD. Arofah Berkah Jember. With the rapid development of the business world, business owners are faced with tight price competition, requiring innovation to carry out business activities efficiently. Determining the cost of production accurately becomes a challenge when a business has a variety of products. Implementing ABC is important to allocate overhead costs more accurately and effectively. This research uses a case study method with data collection techniques through documents, interviews, observations and literature studies. It is hoped that the research results will provide a better understanding of the importance of ABC in determining the cost of production for business continuity.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Sistem Activity Based Costing; Metode Tradisional; Harga Pokok Penjualan.

Penelitian ini membahas tentang penerapan Activity Based Costing (ABC) dalam penentuan harga pokok produksi pada UD. Arofah Berkah Jember. Dengan pesatnya perkembangan dunia usaha, pemilik usaha dihadapkan pada persaingan harga yang ketat sehingga memerlukan inovasi untuk menjalankan kegiatan usaha secara efisien. Menentukan harga pokok produksi secara akurat menjadi sebuah tantangan ketika sebuah bisnis memiliki produk yang beragam. Penerapan ABC penting untuk mengalokasikan biaya overhead dengan lebih akurat dan efektif. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui dokumen, wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya ABC dalam menentukan harga pokok produksi untuk kelangsungan usaha.

Determinan *Fraud Diamond* dalam Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa

Adi Sucipto^{1*}, Nur Siyami¹, Tri Wahyu Lestari¹

¹ Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rajawali Purworejo, Indonesia

*email:adi.sucipto4@gmail.com

ABSTRACT

Financial reports in a company are very important. Financial reports implemented in Indonesia are becoming more comprehensive. However, in reality there are still companies that cannot present financial reports that comply with the criteria, one of the causes is fraud. Fraud or fraud does not only occur in companies, but also occurs in many non-profit institutions such as the government, both at the village level and above. Prevention of fraud is a very important thing as part of efforts to create transparency and be free from all forms of fraud in every management of village funds in order to create good governance. This research was carried out by distributing questionnaires to Village Financial Managers in Purworejo Regency which were obtained using the purposive sampling method. Data collection used in this research was questionnaires, interviews and documentation. The data analysis method used in this research is a descriptive statistical analysis method through the Validity and Reliability test stages, Data Normality Test, Multiple Correlation, Multiple Regression, Determination Test, Hypothesis Test and Model Accuracy Test. Data analysis is carried out statistically due to the accuracy of the results and the amount of data available, so that if the analysis is carried out using statistical tools, the data resulting from the analysis will not be reliable. Data analysis uses multiple linear regression. It is hoped that the results of this research will be able to show how much accountability there is in Village Fund management in Purworejo Regency as measured by the Fraud Diamond indicator. Good Village Fund management is a key element in good governance. Preparing financial reports, especially village fund management based on government accounting standards, is a form of quality village fund management.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Tekanan;
Peluang;
Rasionalisasi;
Kemampuan.

Laporan keuangan dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Laporan keuangan yang diterapkan di Indonesia sudah semakin komprehensif. Namun, kenyataannya masih terdapat perusahaan yang tidak dapat menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan kriteria, salah satu penyebabnya yaitu tindakan kecurangan atau fraud. Fraud atau kecurangan tidak hanya terjadi pada perusahaan-perusahaan akan tetapi banyak juga terjadi di Lembaga non Laba seperti pemerintah baik di Tingkat Desa sampai dengan Tingkat Pemerintah di atasnya. Pencegahan kecurangan merupakan satu hal yang sangat penting sebagai bagian upaya untuk menciptakan transparansi dan terbebas dari segala bentuk kecurangan dalam setiap pengelolaan dana desa demi terciptanya tata kelola pemerintahan yang baik. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada

para pengelola Keuangan Desa di Kabupaten Purworejo yang diperoleh dengan menggunakan metode purposive sampling. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini merupakan metode analisis statistik deskriptif melalui tahapan uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Normalitas Data, Korelasi Berganda, Regresi Berganda, Uji Determinasi, Uji Hipotesis dan Uji Ketelitian Model. Analisis data dilakukan secara statistik dikarenakan untuk keakuratan hasil dan jumlah data yang ada, sehingga apabila dilakukan analisis dengan alat bantu statistika maka data hasil analisisnya tidak dapat diandalkan. Analisis Data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menunjukkan seberapa besar akuntabilitas pengelolaan Dana Desa di Kabupaten Purworejo yang diukur melalui indikator Fraud Diamond. Pengelolaan Dana Desa yang baik merupakan elemen kunci dalam pemerintahan yang baik. Penyusunan laporan keuangan khususnya pengelolaan dana desa berdasarkan standar akuntansi pemerintah adalah bentuk manajemen pengelolaan dana desa yang berkualitas.

Dampak *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol

Made Wedaswari^{1*}, Siti Nur Annisaa¹, Sari Widati¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo, Indonesia

*email: madewedaswari90@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the impact of good corporate governance and profitability on company value with company size as a control variable in family companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI). This research uses a quantitative approach. The research sample consisted of 20 companies which were determined using the purposive sampling method. The type of data used in this research is secondary data in the form of financial reports that have been audited by family companies in the 2017-2021 period. The data collection technique used in this research is by downloading reports on the official IDX website and the official websites of related companies. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis which is processed using SPSS Statistics 26. The research results state that (1) dividend policy has a significant positive effect on company value, (2) profitability has a significant positive effect on company value, and (3) company size has no effect on company value.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Good Corporate Governance;
Profitabilitas;
Nilai Perusahaan;
Ukuran Perusahaan;
Perusahaan Keluarga.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis dampak *good corporate governance* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol pada perusahaan keluarga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 20 perusahaan yang ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan yang telah diaudit oleh perusahaan keluarga pada periode 2017-2021. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengunduh laporan pada situs resmi BEI dan situs resmi perusahaan terkait. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah melalui SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menyatakan bahwa (1) kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan (3) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Analisis Model Digital *Fundraising* Zakat Infak dan Sedekah di Lazismu Bangka Belitung

Rifki Hanif Setiawan¹, Yudistira Bagus Pratama², Fahry Reza^{3*}

¹ Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar / Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

² Program Studi Ilmu Komputer / Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

³ Program Studi Kewirausahaan / Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

*email: fahry.reza@unmuhbabel.ac.id

ABSTRACT

The achievement of amil zakat institutions can be measured from the collection of zakat infaq and donations, the more funds received, the more benefits for people in need. Digital fundraising is a trend in this era conducted by many amil zakat institutions including Lazismu Bangka Belitung. This research analyzes the digital fundraising model of zakat infaq and donations implemented by Lazismu Bangka Belitung. The purpose of this research is to evaluate the effectiveness of the digital strategy used in fundraising, as well as to identify the challenges and opportunities faced in its implementation. The research method that is used is a case study with a qualitative approach, involving in-depth interviews with Lazismu administrators and secondary data analysis of financial reports and digital platforms that are being used.

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Digital
Fundraising;
Lazismu Bangka
Belitung; Zakat
Infak Shadaqah;*

Keberhasilan lembaga amil zakat bisa terukur dari penghimpunan dana zakat infak dan shadaqah, semakin banyak dana yang diterima maka semakin banyak memberikan manfaat terhadap masyarakat yang membutuhkan. Digital *fundraising* merupakan tren di era ini banyak dilakukan oleh lembaga amil zakat termasuk Lazismu Bangka Belitung. Penelitian ini menganalisis model digital *fundraising* zakat infak dan shadaqah yang diterapkan oleh Lazismu Bangka Belitung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengevaluasi efektivitas strategi digital yang digunakan dalam penggalangan dana, serta untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi dalam implementasinya. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, melibatkan wawancara mendalam dengan pengurus Lazismu dan analisis data sekunder dari laporan keuangan dan platform digital yang digunakan.

Inventory Accounting Method Selection: The Relationship Between Cost Of Goods Sold Variability and Inventory Variability

Waode Adriani Hasan^{1*}, Aulia Amrin¹, Intan¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

*email: wd.adrianih@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of variability in cost of goods sold, and inventory variability on the selection of inventory accounting methods. The population in this study are manufacturing companies and food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2019 to 2023. The research sample was 19 food and beverage manufacturing companies obtained by purposive sampling technique. The results showed that partially the variable variability of cost of goods sold and inventory variability had no effect on the selection of inventory accounting methods.

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Inventory;
Accounting
Method; Cost Of
Goods Sold*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabilitas harga pokok penjualan, dan variabilitas persediaan terhadap pemilihan metode akuntansi persediaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019 sampai 2023. Sampel penelitian sebanyak 19 perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang diperoleh dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel variabilitas harga pokok penjualan dan variabilitas persediaan tidak mempunyai pengaruh terhadap pemilihan metode akuntansi persediaan.

Strategi Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pemanfaatan Lidah Buaya Menjadi Minuman Nata De Aloevera Pada Umkm Omah Aloevera Purworejo Jawa Tengah

Wakhdan^{1*}, Nursiyami¹

¹ Program Studi Akuntansi, STIE Rajawali Purworejo, Indonesia

*email: wahdanbagus@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze net profit, BEP (Break Even Point) and SWOT at Omah Aloevera MSMEs as well as strategies for increasing family income. The data used in this research are primary data and secondary data. The data analysis method used in this research is basic business analysis by calculating income, profits, BEP units, BEP income, SWOT analysis. Judging from the profit value, Omah Aloevera MSMEs have very promising prospects. The main strategies that can be implemented to increase income using AHP are maintaining competitive product prices and increasing production volume.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Pendapatan;
BEP; Strategi;
Analisis SWOT.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis laba bersih, BEP (Break Even Point) dan SWOT pada UMKM Omah Aloevera serta strategi dalam peningkatan pendapatan keluarga. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis bisnis dasar dengan cara berhitung pendapatan, keuntungan, satuan BEP, pendapatan BEP, analisis SWOT. Dilihat dari nilai keuntungannya, UMKM Omah Aloevera mempunyai prospek yang sangat menjanjikan. Strategi utama yang dapat diterapkan untuk Meningkatkan pendapatan menggunakan AHP yaitu mempertahankan harga produk yang kompetitif dan meningkatkan volume produksi.

Analisis Kesiapan Organisasi dalam Mengadopsi Sistem Informasi Manajemen Berbasis *Cloud*

Yudistira Bagus Pratama^{1*}, Fahry Reza², Rifki Hanif Setiawan³ Mega Sukma⁴

¹ Program Studi Ilmu Komputer / Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

² Program Studi Kewirausahaan / Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

³ Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar / Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁴ Program Studi Teknik Sipil / Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

*email: yudistira.bagus@unmuhbabel.ac.id

ABSTRACT (bahasa Inggris)

This research aims to analyze the readiness of organizations to adopt cloud-based management information systems. Adoption of cloud technology offers a variety of benefits, including operational efficiency, cost reduction, and scalability. However, the transition to the cloud also presents significant challenges, such as data security issues, system integration, and resistance to change. This research uses a quantitative approach with survey methods to collect data from various business sector organizations in Pangkalpinang City. Survey respondents consisted of managers, executives and operational staff who were directly involved in managing management. The level of organizational readiness in adopting cloud-based information systems is included in the High Technological Readiness category with a score of 4,106 which shows that overall, users are at a fairly good level of technological readiness. This research provides valuable insights for organizations considering adoption of cloud-based management information systems, as well as recommendations for improving readiness through training, security policy development, and effective communication regarding the benefits of the cloud. Future researchers can carry out further research by developing a management information system based on the readiness and needs of the organization that have been analyzed previously.

ABSTRAK (Bahasa Indonesia)

Kata Kunci:

Kesiapan Organisasi, Sistem Informasi Manajemen, Cloud Computing, Adopsi Teknologi, Keamanan Data

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesiapan organisasi dalam mengadopsi sistem informasi manajemen berbasis cloud. Adopsi teknologi cloud menawarkan berbagai manfaat, termasuk efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan skalabilitas. Namun, transisi ke cloud juga menghadirkan tantangan yang signifikan, seperti masalah keamanan data, integrasi sistem, dan resistensi terhadap perubahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari berbagai organisasi sektor bisnis di Kota Pangkalpinang. Responden survei terdiri dari manajer, eksekutif, dan staf operasional yang terlibat langsung dalam pengelolaan manajemen. Tingkat

kesiapan organisasi dalam mengadopsi sistem informasi berbasis cloud termasuk dalam kategori *High Technology Readiness* dengan skor sebesar 4.106 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, pengguna berada pada tingkat kesiapan teknologi yang cukup baik. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi organisasi yang mempertimbangkan adopsi sistem informasi manajemen berbasis cloud, serta rekomendasi untuk meningkatkan kesiapan melalui pelatihan, pengembangan kebijakan keamanan, dan komunikasi yang efektif mengenai keuntungan cloud. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan dengan mengembangkan sistem informasi manajemen berdasarkan kesiapan dan kebutuhan organisasi yang telah dianalisis sebelumnya.

Implementation of Digital Marketing as a Strategy to Improve Marketing Strategies in Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM)

Nur Zarliani Uli^{1*}, Selvi Anggraini¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

*email: nur.zarliani@umbuton.ac.id

ABSTRACT

The development of internet technology marks the entry into the era of the industrial revolution 4.0. The presence of the internet, which has the ability to access information quickly and easily, becomes a new opportunity for MSMEs to market their products because the internet has changed the basic rules of marketing in the traditional world to digital marketing. This study aims to determine the effect of digital marketing on sales, marketing strategies, and constraints in implementing digital marketing for MSME players. The qualitative method is the method used in this study. This research begins with a series of qualitative interviews by identifying their relationships that require more detailed examination. This interview was conducted by one person who is an UMKM player or the owner of Ferniati Olshop. From this research, the results show that UMKM players who implement digital marketing get higher sales. So UMKM players prefer to market their products online. The strategies used in implementing digital marketing to market products are by using social media such as Facebook, Instagram, WhatsApp status, and live streaming on Facebook. The results also show that not only benefits can be obtained from the implementation of digital marketing, but UMKM players also often experience constraints in its implementation. These constraints include unstable internet connections, shipping delays, as well as transaction fraud and admin number manipulation. So it can be concluded that in the implementation of digital marketing, it influences the increase in MSME marketing, and its implementation provides benefits and accompanying constraints.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Strategy; Digital Marketing; UMKM

Perkembangan teknologi internet menandai masuknya era revolusi industri 4.0. Kehadiran internet yang memiliki kemampuan untuk mengakses informasi dengan cepat dan mudah, menjadi peluang baru bagi UMKM untuk memasarkan produknya karena internet telah mengubah aturan dasar pemasaran di dunia yang tradisional menjadi pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital terhadap penjualan, strategi pemasaran, dan kendala dalam menerapkan pemasaran digital pada pelaku UMKM. Metode kualitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini dimulai dengan serangkaian wawancara kualitatif dengan mengidentifikasi hubungan mereka yang memerlukan pemeriksaan lebih rinci. Wawancara ini dilakukan oleh satu orang yang merupakan pelaku UMKM atau pemilik dari Ferniati Olshop.

Dari penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan pemasaran digital mendapatkan penjualan yang lebih tinggi. Sehingga pelaku UMKM lebih senang memasarkan produknya secara online. Strategi yang digunakan dalam menerapkan pemasaran digital untuk memasarkan produk adalah dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, status WhatsApp, dan siaran langsung di Facebook. Hasil juga menunjukkan bahwa tidak hanya manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan pemasaran digital, tetapi pelaku UMKM juga sering mengalami kendala dalam penerapannya. Kendala tersebut seperti koneksi internet yang tidak stabil, keterlambatan pengiriman, serta penipuan transaksi dan manipulasi nomor admin. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam implementasi pemasaran digital, berpengaruh dalam meningkatkan pemasaran UMKM, serta implementasinya memberikan manfaat dan kendala yang menyertainya

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Indonesia

Marjuni Nur Arifiyani¹, Salman Faris Insani^{1*}, Bambang Nur Cahyaningrum¹

¹ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Indonesia

*email: Faris.uvbn@gmail.com

ABSTRACT

The objective of this study is to examine and analyze the influence of product quality, price perception, and lifestyle on the purchasing decision of iPhones in Indonesia. The sample in this study consists of 403 iPhone buyers and users in Indonesia. The sampling method employed is the use of questionnaires. The data analysis techniques of this study include validity testing, reliability testing, and multiple linear regression testing. The result is product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and the variable of price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions, as does the lifestyle variable which has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Lifestyle, Purchasing Decision

ABSTRAK

Kata Kunci:
Kualitas Produk;
Persepsi Harga;
Gaya Hidup;
Keputusan
Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Iphone di Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah 403 orang pembeli dan pengguna smartphone merek Iphone di Indonesia. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan angket. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi linear berganda. Hasilnya, kualitas produk memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel persepsi harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, begitu juga variabel gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Analyzing Factors Influencing Customer Retention in Generation Z Digital Wallet Services in Indonesia

Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur^{1*}, Rahmat Syarif¹, Anhar Januar Malik¹

¹ Manajemen Retail, Institut Teknologi dan Bisnis Kalla, Indonesia

*email: ichasyahnur@gmail.com

ABSTRACT

The study explores the factors influencing customer retention using digital wallet services in Generation Z in Indonesia. We collected data from 300 respondents through online surveys using a cross-sectional approach. Utilizing independent variables like brand image, brand attachment, and security concern, the study revealed that brand image and brand attachment significantly affect the retention of digital wallet usage. The results highlight the importance of building a solid brand image and positive emotions and ensuring a high security to improve customer retention. The research provides valuable insights for digital wallet service providers focusing on Generation Z in Indonesia, emphasizing effective marketing strategies and enhancing security features as top priorities.

ABSTRAK

Kata Kunci:

*Retensi
Pelanggan; Citra
Merek;
Keterikatan
Merek;
Kekhawatiran
Merek; Domp
pet
Digital*

Studi ini mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi retensi pelanggan dalam penggunaan layanan dompet digital pada Generasi Z di Indonesia. Menggunakan pendekatan metode *cross-sectional*, penelitian ini mengumpulkan data dari 300 responden melalui survei online. Menggunakan variabel independen citra merek, keterikatan merek dan kekhawatiran keamanan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa citra merek dan keterikatan merek secara signifikan memengaruhi retensi penggunaan dompet digital. Analisis regresi menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh terbesar, diikuti oleh keterikatan merek dan kekhawatiran keamanan. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya membangun citra merek yang kuat dan emosional yang positif serta memastikan tingkat keamanan yang tinggi untuk meningkatkan retensi pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan dompet digital yang berfokus pada Generasi Z di Indonesia, dengan menekankan strategi pemasaran yang efektif dan peningkatan fitur keamanan sebagai prioritas utama.

Social Media Marketing & Fenomena Impulsive Buying Gen-Z Terhadap Produk Kosmetik

Tri Wahyu Lestari^{1*}, Adi Sucipto¹, Dewi Shanti Nugrahani¹

¹ Program Studi Manajemen, STIE Rajawali Purworejo, Indonesia

*email: ayu.stiera@gmail.com

ABSTRACT

The use of social media as a marketing tool is growing rapidly in Indonesia. Social media is able to influence the impulsive buying behavior of Generation Z consumers towards cosmetic products using the SOR (Stimulus, Organism, Response) model, which is a simple principle where the effect is a reaction to a certain stimulus. Thus, one can explain a close connection between media messages and audience reactions. This research is qualitative research conducted using the literature study method. Where the literature contained in this article was obtained from the Google Scholar site in the last 5 years between 2019 and 2024 which is relevant to the research objectives. The literature search used the keywords "social media marketing", "impulsive buying", "generation Z", "cosmetics". The research results show that the SOR model can be used with Generation Z consumers, through social media celebrities and targeted advertising, in this case UGC (User Generated Content) acts as a stimulus (Stimulus) which will channel positive emotions towards the target in the form of pleasure and passion (Organism) and ultimately encouraging impulse buying in Generation Z (Response).

ABSTRAK

Kata Kunci:
Social Media
Marketing;
Impulsive
Buying;
Generation Z;
Cosmetics; SOR
model

Penggunaan sosial media sebagai sebagai salah satu alat pemasaran berkembang pesat di Indonesia. Sosial media mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* konsumen Generasi Z terhadap produk kosmetik menggunakan model SOR (*Stimulus, Organism, Respon*), yang merupakan prinsip sederhana dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, orang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi *audience*. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dilakukan dengan metode studi literatur. Dimana literatur yang termuat dalam artikel ini didapatkan dari situs Google Scholar dalam 5 tahun terakhir antara tahun 2019 hingga 2024 yang relevan dengan tujuan penelitian. Pencarian literature menggunakan kata kunci "*social media marketing*", "*impulsive buying*", "generasi Z", "kosmetik". Hasil Penelitian menunjukkan bahwa model SOR dapat digunakan pada konsumen Generasi Z, melalui selebritas sosial media dan iklan bertarget dalam hal ini UGC (*User Generated Content*) berperan sebagai rangsangan (*Stimulus*) yang akan menyalurkan emosi positif terhadap target berupa kesenangan dan gairah (*Organism*) dan akhirnya mendorong dalam pembelian impulsif pada Generasi Z (*Respon*).

Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Desa dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Padang Pio

Kolesta Martuni^{1*}, Maria Angela Siokalang¹

¹ Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuana, Indonesia

*email: kolesta20121@shantibhuana.ac.id

ABSTRACT

This article aims to find out how the village head's leadership style improves the welfare of the Padang Pio village community. The leadership style of the village head is very influential on the progress of the village and the welfare of the community. It is hoped that this research can provide an overview of village communities as a form of change in the welfare felt by the community. The research method used is a qualitative method with an ethnographic approach, namely by looking directly at the phenomena that occur in society regarding leadership styles to encourage increased community welfare. The data collection techniques in this research are observation techniques, in-depth interviews and documentation. The results of the research conducted show that the leadership style of Padang Pio village head focuses on development programs, community participation, joint solutions and joint deliberation. The findings of this research show that village heads play an important role in coordinating various development programs aimed at improving community welfare. Based on existing findings, the leadership style of the Padang Pio village head is categorized as participative leadership. This leadership model shows that a leader must involve the community to actively participate, make decisions and open a dialogue space that is conducive to expressing opinions. The conclusion of this research shows that the participative leadership style of the Padang Pio village head has had a positive impact in improving the welfare of the village community.

Kata Kunci:

Gaya
Kepemimpinan;
Kesejahteraan
Masyarakat.

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya kepemimpinan kepala desa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa padang pio. Gaya kepemimpinan kepala desa sangat berpengaruh bagi kemajuan desa dan dalam mensejahterakan masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran pada masyarakat desa sebagai bentuk perubahan akan kesejahteraan yang dirasakan oleh masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan etnografi yaitu dengan melihat secara langsung fenomena-fenomena yang terjadi di tengah masyarakat terhadap gaya kepemimpinan untuk mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat. Teknik pengumpulan data pada penelitian menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan kepala desa Padang Pio berfokus pada program pembangunan, partisipasi masyarakat, solusi bersama dan musyawarah bersama. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepala desa memainkan peran penting mengkoordinasikan berbagai program pembangunan yang

bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan temuan yang ada, gaya kepemimpinan kepala desa Padang Pio dikategorikan sebagai kepemimpinan yang partisipatif. Model kepemimpinan ini menunjukkan bahwa seorang pemimpin harus melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif, mengambil keputusan dan membuka ruang dialog yang kondusif untuk menyampaikan pendapat. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan partisipatif kepala desa Padang Pio memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja di Dinas Perumahan Rakyat, Kawasan Permukiman, Pertanahan dan Lingkungan Hidup Kabupaten Bengkayang

Dominggus^{1*}, Eligia Monixa Salfarini², Dedi³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuana, Indonesia

*email: dominggus20113@shantibhuana.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine and analyze the effect of democratic leadership style and communication on job satisfaction. Research locations at the office of the Public Housing, Settlement, Land and Environment Bengkayang Regency. This research uses a confirmatory method with a quantitative approach and uses primary data and secondary data for data collection methods. With data analysis using validity and reliability tests, sample adequacy tests (KMO), normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests, as well as multiple linear regression analysis data consisting of the R²-test (determinant coefficient), t-test (coefficient) and F-test (Goodness of Fit Index) with data processing using SPSS 16.0. There were 50 respondents in this research who were saturated samples. The results of $t = 0,807$ and $sig = 0,424$ and stating that the democratic leadership style has no partially significant effect on job satisfaction, and communication with the results of $t = 0,671$ and sig of $0,000$, which states that communication has a significant effect partially on job satisfaction. With the results of F count = $70,006$, which is greater than the F table = $3,20$, it states that simultaneously the independent variables (democratic leadership style and communication) have a significant effect on the dependent variable (job satisfaction). Future researchers are expected to increase the number of variables and increase the number of samples.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Gaya
Kepemimpinan
Demokratis;
Komunikasi;
Kepuasan Kerja

Tujuan penelitian untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan demokratis dan komunikasi terhadap kepuasan kerja. Lokasi penelitian di kantor Dinas Perumahan Rakyat, Kawasan Permukiman, Pertanahan dan Lingkungan Hidup Kabupaten Bengkayang. Penelitian ini menggunakan metode konfirmatori dengan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan data primer dan data sekunder untuk metode pengumpulan data. Dengan analisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji kecukupan sampel (KMO), uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, serta data analisis regresi linear berganda yang terdiri dari uji R² (koefisien deteminan), uji t (koefisien) dan uji F (Goodness of Fit Index) dengan olah data menggunakan SPSS 16.0. Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang yang merupakan sampel jenuh. Dengan hasil t hitung = $0,807$ dan $sig = 0,424$, dan menyatakan bahwa gaya kepemimpinan demokratis tidak berpengaruh signifikan secara parsial

terhadap kepuasan kerja, dan komunikasi dengan hasil t hitung=0,671 dan sig sebesar 0,000, yang menyatakan komunikasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan kerja. Dengan hasil F hitung=70,006 lebih besar dari F tabel=3,20 menyatakan bahwa secara simultan variabel independen (gaya kepemimpinan demokratis dan komunikasi) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan kerja). Peneliti selanjutnya diharapkan agar memperbanyak variabel dan menambahkan jumlah sampel.

Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Kota Yogyakarta

Efa Tetikriyani^{1*}

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Indonesia

*email: Efatetikriyani@gmail.com

ABSTRACT

Yogyakarta is one of the cities that has the largest number of SMEs in Indonesia spread across 5 districts/cities. Apart from that, the abundance of education, vocations, and high creativity are the superior factors for Jogja SMEs and they are nominated as a repository for SMEs creativity. This research uses a quantitative research approach. A quantitative approach is an approach that uses a method based on concrete data, used in researching certain populations and samples (Siti, 2021) the method used is nonprobability sampling and purposive sampling. The data collection process was carried out by distributing questionnaires to 80 respondents. The results of this research show that financial literacy, financial inclusion and financial management have a positive and significant effect on the performance of SMEs in the city of Yogyakarta. The results of this research can be a reference for the Yogyakarta City government in making strategic planning to improve the performance of SMEs.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Literasi
Keuangan;
Inklusi
Keuangan;
Pengelolaan
Keuangan;
Kinerja UMKM.

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang mempunyai jumlah UMKM terbanyak di Indonesia yang tersebar di 5 kabupaten/kota. Selain itu banyaknya Pendidikan, Vokasi, Kreatifitas yang tinggi menjadi faktor unggul UMKM jogja dan dinobakan sebagai Gudang kreatifitas UMKM. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu pendekatan dengan menggunakan metode yang berlandaskan data yang kogkrit, digunakan dalam meneliti populasi dan sampel tertentu (Siti, 2021) metode yang digunakan nonprobability sampling dan purposive sampling. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 80 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan, Inklusi keuangan, dan pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini bisa menjadi referensi bagi pemerintah Kota Yogyakarta dalam membuat perencanaan Strategi untuk meningkatkan kinerja pelaku UMKM.

Evaluasi Rasio Keuangan Bank dan Implikasinya Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Perbankan

Silvanus Almardi^{1*}, Aloysius Hari Kristianto^{1*}, Jones Parlindungan Nadapdap^{1*}

¹ Program Studi Manajemen Institut Shanti Bhuana, Indonesia

*email: lonzoalmardi@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to evaluate financial ratios on the implications for banking profit growth listed on the IDX for the period 2018-2022. In this study the ratios used are liquidity, solvency, profitability, bank finance, and market ratios to see the influence that occurs on banking profit growth. The data used in this study include secondary data taken from the annual reports of banking companies listed on the IDX for the 2018-2022 period. The data collection technique used purpose sampling technique, so the sample used was 29 banking companies. The analysis technique used is multiple regression. The research on the variables of cash ratio, debt to asset ratio, return on equity ratio, non-performing loan, and price to earning ratio results in that of the above variables partially only the variable return on asset has a positive and significant effect on the growth of banking profits listed on the IDX for the 2018-2022 period. While simultaneously the cash ratio variable, debt to asset ratio, return on equity, non-performing loan, and price to earning ratio have a significant effect on the profit growth of banking companies listed on the IDX for the 2018-2022 period.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Rasio Keuangan;
Pertumbuhan
Laba;
Perbankan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi rasio-rasio keuangan terhadap implikasi terhadap pertumbuhan laba perbankan yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Pada penelitian ini rasio-rasio yang digunakan adalah rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, keuangan bank, dan rasio pasar untuk melihat pengaruh yang terjadi pada pertumbuhan laba perbankan. Data yang digunakan pada penelitian ini diantaranya adalah data sekunder yang diambil pada laporan tahunan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Teknik pengambilan data dengan menggunakan teknik purpose sampling, maka sampel yang digunakan sebanyak 29 perusahaan perbankan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Pada penelitian terhadap variabel cash ratio, debt to asset ratio, return on equity ratio, non performing loan, dan price to earning ratio menghasilkan bahwa dari variabel diatas secara parsial hanya variabel return on asset yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba perbankan yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Sedangkan secara simultan variabel cash ratio, debt to asset ratio, return on equity, non performing loan, dan price to earning ratio berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

Pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Asset*, *Current Ratio* Terhadap Harga Saham dengan *Earning per Share* Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022

Eni Ratna Sari¹, Faridhatun Faidah^{1*}, Tina Rahayu¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Indonesia

*email: faridhatun.faidah@umk.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of debt to equity Ratio, Return on Assets, Current Ratio on share prices with Earning Per Share as a moderating variable in transportation companies listed on the BEI for the 2018-2022 period. The sample in this study was obtained using a purposive sampling technique, resulting in 11 samples obtained with a research period of 5 years. Data analysis uses inner model testing and hypothesis testing as well as moderating variable analysis using smartPLS 3.0. The results of this study show that DER has no effect on stock prices. ROA has a significant positive effect on share prices. CR has a positive effect on stock prices. In testing the moderation effect, EPS was able to moderate DER on share prices, but EPS was not able to moderate the relationship between ROA and share prices and could not moderate CR on share prices.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Debt to Equity Ratio; Return on Asset; Current Ratio; Harga Saham; Earning per Share.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *debt to equity ratio*, *return on asset*, *current ratio* terhadap harga saham dengan *earning per share* sebagai variabel moderasi pada perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 11 sampel dengan periode penelitian 5 tahun. Analisis data menggunakan uji *inner models* dan pengujian hipotesis serta analisis variabel moderasi menggunakan smartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa DER tidak berpengaruh terhadap harga saham. ROA berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. CR berpengaruh positif terhadap harga saham. Pada pengujian efek moderasi EPS mampu memoderasi DER terhadap harga saham, namun EPS tidak mampu memoderasi hubungan ROA terhadap harga saham dan tidak dapat memoderasi CR terhadap harga saham.

Kajian Standarisasi Gula Kelapa Kualitas Ekspor Sebagai Produk Unggulan di Kabupaten Purworejo

Rusmiyatun^{1*}, Anes Arini¹, Wiyonoroto¹

¹ Program Studi Akuntansi, STIE Rajawali Purworejo, Indonesia

*email: mia.stiera@gmail.com

ABSTRACT

Purworejo Regency is one of the areas with the potential for export quality coconut sugar which is well known in Central Java. The aim of this research is to examine the standardization of coconut sugar that has successfully passed export to be used as a reference for the standardization of coconut sugar products that will be exported. Respondents The research was conducted at 3 coconut sugar exporters, namely the Srikandi Women's Cooperative, the Karmatera Cooperative and CV Tiga Putri Need. The results of the research found that the standards used for pre-production, production and post-production include land standards, tree standards from which sap will be taken, production equipment standards, production equipment sterilization standards, human resource safety standards, standard procedures for sugar processors, finished product standards. . Apart from that, this research also maps the potential of ant sugar in Purworejo Regency to be developed into a vocational center. Until recommendations are obtained for the government for short-term and long-term plans to create other export quality ant sugar products in Purworejo Regency.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Gula Kelapa;
Standar Export;
UMKM; Daya
Saing

Kabupaten Purworejo merupakan salah satu daerah dengan potensi gula kelapa dengan kualitas ekspor yang terkenal di Jawa Tengah. Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji standarisasi gula kelapa yang berhasil lolos go ekspor untuk digunakan sebagai acuan standarisasi produk gula kelapa yang akan di ekspor. Responden Penelitian dilakukan di 3 tempat eksportir gula kelapa yaitu Koperasi Wanita Srikandi, Koperasi Karmatera dan CV Tiga Putri Butuh. Hasil Penelitian ditemukan standar yang digunakan untuk pra produksi, produksi hingga pasca produksi antara lain standar lahan, standar pohon yang akan diambil nira, standar alat produksi, standar sterilisasi alat produksi, standar keamanan sumber daya manusia, Standar prosedur bagi pengolah gula, standar produk jadi. Selain itu penelitian ini juga memetakan potensi gula semut di Kabupaten Purworejo untuk dikembangkan menjadi sentra vokasional. Hingga didapatkan rekomendasi bagi pemerintah untuk rencana jangka pendek maupun rencana jangka Panjang untuk menciptakan produk gula semut kualitas ekspor lainnya di Kabupaten Purworejo .

Peran Kapital Spiritual dalam Penumbuhan Motivasi dan Peningkatan Kinerja Karyawan Pertapaan Karmel

Ame^{1*}, Helena Anggraeni Tjondro Sugianto¹

¹ Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuana, Indonesia

*email: ame20102@shantibhuana.ac.id

ABSTRACT

This research explores the role of spiritual capital in fostering employee motivation and performance in a religious organization with diverse religious and ethnic backgrounds. Using an ethnographic approach, data were collected through observation, in-depth interviews, and document study. The findings reveal that the organization possesses strong spiritual capital, reflected in its tolerance for diversity, support for spiritual practices, care for employee well-being, a culture of mutual respect, and leadership that encourages spiritual development. Spiritual capital positively contributes to enhancing intrinsic motivation, value alignment, resilience, job satisfaction, and employee performance. The study suggests the importance of building and nurturing spiritual capital within organizations through supportive practices, such as embracing diversity, providing spiritual facilities, demonstrating care for employees, and fostering a positive workplace culture.

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Kapital
Spiritual;
Motivasi
Karyawan;
Kinerja
Karyawan*

Penelitian ini mengeksplorasi peran kapital spiritual dalam menumbuhkan motivasi dan kinerja karyawan pada sebuah organisasi religius yang memiliki keragaman latar belakang agama dan suku. Menggunakan pendekatan etnografi, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi tersebut memiliki kapital spiritual yang kuat, tercermin dari toleransi terhadap keberagaman, dukungan praktik spiritual, kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan, budaya saling menghormati, dan kepemimpinan yang mendorong pengembangan spiritual. Kapital spiritual berkontribusi positif dalam meningkatkan motivasi intrinsik, keselarasan nilai, resiliensi, kepuasan kerja, dan kinerja karyawan. Penelitian ini menyarankan pentingnya membangun dan memelihara kapital spiritual dalam organisasi melalui praktik-praktik yang mendukung, seperti menghargai keberagaman, menyediakan fasilitas spiritual, menunjukkan kepedulian terhadap karyawan, dan membangun budaya positif di lingkungan kerja.

Analisi Gaya Kepemimpinan Kepala Desa dalam Pembangunan Desa Lesabela, Kecamatan Ledo, Kabupaten Bengkayang

Patrycia Selvi Indra Dewi^{1*}, Eligia Monixa¹

¹Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuana, Indonesia

*email: patrycia20134@shantibhuana.ac.id

ABSTRACT

The aim of this research is to find out the role of the leadership style of the Lesabela village head on village development. This research uses a qualitative method with a descriptive approach where the data collection method in this research uses interviews and field observation methods. The results of the research show that the role of the village head's leadership style is very influential on village development. With the role of the village head, a lot of development has been carried out well, whereas initially development in Lesabela Village, Ledo District, Bengkayang Regency was still not implemented. To achieve development in Lesabela Village, the village head uses several types of leadership styles, the first is a conservative leadership style, the second is a progressive leadership style, and the third is a transformational leadership style.

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Peran Gaya
Kepemimpinan*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran gaya kepemimpinan kepala desa Lesabela terhadap perkembangan desa. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan pendekatan deskriptif dimana metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran gaya kepemimpinan kepala desa sangat berpengaruh terhadap pembangunan desa, dengan adanya peran kepala desa ini banyak pembangunan yang telah terlaksana dengan baik yang pada awalnya itu pembangunan di Desa Lesabela, Kecamatan Ledo, Kabupaten Bengkayang ini masih belum terlaksana. Untuk tercapainya pembangunan yang ada di Desa Lesabela ini kepala desa menggunakan beberapa tipe gaya kepemimpinan yang pertama gaya kepemimpinan konservatif, yang kedua gaya kepemimpinan progresif, yang ketiga gaya kepemimpinan transformasional.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022

Endang Maisa Wurdani^{1*}

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Indonesia

*email: Maisyadani@gmail.com

ABSTRACT

The company is the place where an activity takes place Nopianti et al. (2023). Activities in financial management include financial planning, financial analysis and financial control Yuniar & Irawan (2022). This research uses quantitative research techniques. Specifically, this research investigates the influence of profitability, liquidity and dividend policy variables on the value of manufacturing companies listed on the IDX Idris (2021). This method is called a quantitative method. The method in this research is intended to test the simultaneous influence of Profitability (ROE) which has a significant positive effect on Company Value (PBV). Liquidity (CR) has a significant negative effect on Company Value (PBV). Dividend Policy (DPR) has a significant positive effect on Company Value (PBV).

ABSTRAK

Kata Kunci:
Profitabilitas;
Likuiditas;
Kebijakan
Dividen;

Perusahaan adalah tempat berlangsungnya suatu kegiatan Nopianti et al.(2023). Kegiatan tersebut ada dalam manajemen keuangan yaitu meliputi perencanaan keuangan, analisis keuangan dan pengendalian keuangan Yuniar & Irawan(2022). Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Secara khusus penelitian ini menyelidiki pengaruh variabel profitabilitas, likuiditas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdapat di BEI Idris (2021). Metode ini disebut dengan metode kuantitatif. Metode dalam penelitian ini dimaksudkan untuk digunakan guna menguji pengaruh X simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018 – 2022. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari Annual report perusahaan. Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Likuiditas (CR) berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Kebijakan Dividen (DPR) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Pengaruh Profitabilitas dan *Investment Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi

Nita Ariyani^{1*}, Ardian Prima Putra¹, Purwanto¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi, Universitas Veteran Bangun Nusantara
Sukoharjo, Indonesia

*email: ariyaninita09@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to see the Effect of Profitability and Investment Opportunity Set on Firm Value with Dividend Policy as a Moderating Variable in health industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020–2022. The samples used in this research were 170 samples which met the author's criteria. This study used multiple regression analysis techniques and moderated regression analysis. This research found that profitability had a significant positive effect on firm value. Investment opportunity set has a significant positive effect on firm value. Dividend policy is unable to moderate the influence of profitability on firm value. And dividend policy is able to moderate the influence of the investment opportunity set on firm value.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Profitabilitas;
Investment
Opportunity Set;
Kebijakan
Dividen; Nilai
Perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh *Profitabilitas* dan *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi pada perusahaan sektor industri kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020–2022. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada 170 sampel yang sesuai dengan kriteria penulis. Peneliti ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dan moderated regression analysis. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Investment opportunity set* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dan kebijakan dividen mampu memoderasi pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan.

Analisis Peran Budaya Amare Terhadap Pengembangan Karakter Mahasiswa Institut Shanti Bhuana

Meysi Putri^{1*}, Eligia Monixa Salfarini¹

¹ Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuana, Indonesia

*email: meysi20129@shantibhuana.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the role of amere culture on the development of student character at the Shanti Bhuana Institute. Using qualitative methods with an ethnographic approach. This research was conducted on students of Shanti Bhuana Institute who live in the dormitory of Shanti Bhuana Institute. Data collection was done through observation and in-depth interviews. The data was processed and codified and concluded. Based on the results of the analysis, it was found that organizational culture, namely amare culture, is able to produce positive characters in students such as compassion, mutual respect, brotherhood and high enthusiasm for learning.

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Budaya Amare;
Pengembangan
Karakter; Institut
Shanti Bhuana*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran budaya amere terhadap perkembangan karakter mahasiswa di Institut Shanti Bhuana. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa-mahasiswi Institut Shanti Bhuana yang tinggal Asrama Institut Shanti Bhuana. Pengumpulan data dilakukan melalui obeservasi dan wawancara mendalam. Data diolah dan Kodifikasi dan disimpulkan. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa budaya organisasi yakni budaya amare mampu membuahkan karakter positif terhadap mahasiswa seperti belas kasih, saling menghargai, persaudaraan dan semangat belajar yang tinggi.

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bengkulu

Hariato^{1*}, Blasius Manggu¹

¹ Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuana, Indonesia

*email: [harianto20118@shantibhuana.ac.id](mailto:hariato20118@shantibhuana.ac.id)

ABSTRACT

This research aims to explore the influence of marketing strategies, especially product quality, promotion and location, on improving the performance of MSMEs in Bengkulu City. The sampling technique used in this research was a purposive sampling technique, which was chosen because the researcher used his own judgment in selecting members of the population who were deemed able to provide information, and the number of samples used was 100 respondents. The research approach uses quantitative methods with survey techniques via questionnaires distributed to MSME (Micro small and Medium Enterprises) consumers in Bengkulu City. The collected data will be analyzed using multiple regression analysis. The data quality test in this research is the Person Correlation validity test, reliability test using Cronbach Alpha and goodness of fit test (f test). To test classical assumptions, use the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test. To test the hypothesis used in this research, namely multiple linear regression, t test and coefficient of determination (R2 test). The results of this research show that the variables product quality (X1), promotion (X2), place (X3) have an effect on increasing business performance (Y).

ABSTRAK

Kata Kunci:
Pemasaran;
Kualitas Produk;
Promosi; Kinerja
Usaha
Konfirmatori;
UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh strategi pemasaran, khususnya kualitas produk, promosi, dan tempat, terhadap peningkatan kinerja UMKM di Kota Bengkulu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling yaitu dipilih karena peneliti menggunakan pertimbangan sendiri dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi, dan jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner yang disebar kepada para konsumen UMKM di Kota Bengkulu. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Uji kualitas data pada penelitian ini adalah uji validitas Person Correlation, uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha dan uji goodness of fit (uji f). Untuk uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Untuk uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda, uji t dan koefisien determinasi (uji R2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), promosi (X2), tempat (X3) berpengaruh terhadap peningkatan kinerja usaha (Y).

Pengaruh Beban Kerja, Stres Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Turnover Intention Pada PT Sinar Indah Kertas

Molex Maisari Latansa^{1*}, Noor Indah Rahmawati¹, Rozaq M. Yasin¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Indonesia

*email: molexmaisari@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of workload, work stress and work motivation on turnover among PT Sinar Indah Kertas employees. The population in this study were employees of the Boiler, Laborate Additive and Paper Machine production section of PT Sinar Indah Kertas, totaling 186 people. The number of samples in this study was 127 respondents. The sampling technique uses proportional stratified random sampling. The data analysis method used is multiple regression analysis using SPSS Version 25 software. The results of this study show that workload has a significant effect on turnover intentions, work stress does not have a significant effect on turnover intentions, work motivation has a significant effect on turnover intentions. Workload, work stress and work motivation simultaneously have a significant effect on turnover. PT Sinar Indah Kertas needs to manage workload and provide motivation to reduce employee turnover.

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Beban Kerja;
Stres Kerja;
Motivasi Kerja;
Turnover
Intention.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh beban kerja, stres kerja dan motivasi kerja terhadap *turnover intention* pada karyawan PT Sinar Indah Kertas. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan bagian produksi *Boiler, Laborate Additive* dan *Paper Machine* di PT Sinar Indah Kertas yang berjumlah 186 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 127 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proporsional stratified random sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan *software SPSS Versi 25*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beban kerja berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention*, stres kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention*, motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention*. Beban kerja, stres kerja dan motivasi kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention*. PT Sinar Indah kertas perlu untuk mengatur beban kerja dan memberikan motivasi agar menurunkan *turnover* karyawan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Kabupaten Landak

Elisius Gerion^{1*}, Blasius Manggu¹

¹ Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuana, Indonesia.

*email: elisius20115@shantibhuana.ac.id

ABSTRACT

The sports shoe industry for futsal in Indonesia continues to grow rapidly, with many well-known brands competing to offer quality products. Adidas as one of the leading brands continues to strive to improve product quality and set competitive prices to attract consumers to make repeat purchases. This study aims to analyze the influence of product quality and product price on the decision to repurchase Adidas futsal sports shoes in Landak Regency. This study aims to: 1) Analyze the effect of product quality on the decision to repurchase Adidas futsal sports shoes in Landak Regency, 2) Analyze the effect of product price on the decision to repurchase Adidas futsal sports shoes in Landak Regency, 3) Analyze the effect of product quality and product price simultaneously on the decision to repurchase Adidas futsal sports shoes in Landak Regency. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study are consumers who have purchased Adidas futsal sports shoes in Landak Regency. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100-150 respondents. Data collection was carried out through questionnaires. Data analysis used multiple linear regression analysis. This research is expected to provide theoretical and practical contributions in the field of marketing management, particularly related to the influence of product quality and product price on the repurchase decision of Adidas futsal sports shoes in Landak Regency. The results of this study are also expected to be a reference for Adidas companies in formulating effective marketing strategies to increase sales and maintain consumer loyalty.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Kualitas Produk; Harga Produk; Keputusan Pembelian Ulang; Sepatu Olahraga Futsal Adidas.

Industri sepatu olahraga futsal di Indonesia terus berkembang pesat, dengan banyaknya merek-merek ternama yang bersaing menawarkan produk berkualitas. Adidas sebagai salah satu merek ternama terus berupaya meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang kompetitif untuk menarik minat konsumen melakukan pembelian ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian ulang sepatu olahraga futsal Adidas di Kabupaten Landak. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang sepatu olahraga futsal Adidas di Kabupaten Landak, 2) Menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian ulang sepatu olahraga futsal Adidas di Kabupaten Landak, 3) Menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga produk secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang sepatu olahraga

futsal Adidas di Kabupaten Landak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli sepatu olahraga futsal Adidas di Kabupaten Landak. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100-150 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian ulang sepatu olahraga futsal Adidas di Kabupaten Landak. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan Adidas dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Pengaruh Pengungkapan *Intellectual Capital*, *Good Corporate Governance*, dan *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Ajeng Dyah Anggraini¹, Wawan Sadyo Nugroho¹, Barkah Susanto^{1*}

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah

Magelang, Indonesia

*email: barkah@unimma.ac.id

ABSTRACT

This research is influence by the competitive industrial landscape aiming to achieve the desired firm value. It is observed that the firm value, as proxied by the Price to Book Value, experiences anomalies annually across different industrial sectors. This phenomenon influences investors' perceptions of management success related to investments. The objective of this study is to empirically examine the impact of Intellectual Capital Disclosure, Good Corporate Governance, and Green Accounting on firm value, with profitability serving as a moderating variable. The sample for this study comprises consumer goods manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The sample was selected using purposive sampling over a five-year period (2018-2022), resulting in a total of 70 samples. This research use a quantitative approach, utilizing secondary data. Data analysis and hypothesis testing were conducted using SPSS software version 25, with hypotheses tested through Moderated Regression Analysis (MRA). The findings indicate that intellectual capital disclosure and green accounting have a negative effect on firm value, whereas Good Corporate Governance has a positive effect. Profitability, as a moderating variable, does not moderate the impact of intellectual capital disclosure on corporate value. It weakens the negative effect of Good Corporate Governance on firm value, while it strengthens the impact of green accounting on firm value. This research aids companies in enhancing their reputation in the eyes of investors by disclosing voluntary reports in their annual reports.

ABSTRAK

Kata Kunci:

*Intellectual
Capital
Disclosure;
Good Corporate
Governance;
Green
Accounting;
Nilai*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dunia industri untuk memperoleh nilai perusahaan yang diharapkan, tercatat nilai perusahaan yang diprosikan oleh *Price to Book Value* mengalami anomali setiap tahun di setiap sektor industri hal ini meningkatkan persepsi investor terhadap keberhasilan manajemen sehubungan dengan investasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh pengungkapan *Intellectual Capital*, *Good Corporate Governance*, dan *Green Accounting* terhadap nilai

Perusahaan;
Profitabilitas.

perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan sektor manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode pengambilan sampel dengan *purposive* sampling dengan periode penelitian 5 tahun (2018 - 2022) dan diperoleh sampel sebanyak 70 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan data sekunder. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan *software* SPSS versi 25. Pengujian hipotesis dengan melakukan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital disclosure* dan *green accounting* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi pengaruh *intellectual capital disclosure* terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperlemah pengaruh negatif *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas memperkuat pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini membantu perusahaan meningkatkan citra baik dimata investor dengan mengungkapkan *voluntary report* didalam laporan tahunannya.

Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Gender Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Achmad Taufik Hidayat^{1*}, Betari Maharani¹, Wahyu Anggit Prasetya¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: maharanibetari@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of financial literacy, financial attitudes, and gender on the financial management behavior of students of the Faculty of Economics and Business, University of Kedu. The type of research used is quantitative research with the dependent variable used is financial management behavior while the independent variables are in the form of financial literacy, financial attitudes, gender, which will be analyzed using the regression method. This study used quantitative descriptive method. The number of samples in this study was 215 respondents. The respondents in this study are active students of the Faculty of Economics and Business University in the Kedu area. Data collection techniques by giving questionnaires to respondents. In proving and analyzing, using validity tests, reliability tests, multiple linear regression tests, determination coefficient tests, as well as f tests and t tests, are tested using SPSS 25. The results showed that financial literacy, financial attitudes, and gender had a positive effect on students' financial management behavior.

ABSTRAK

Kata Kunci:
literasi
keuangan, sikap
keuangan, dan
gender terhadap
;perilaku
pengelolaan
keuangan
mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan gender terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas se-Kedu. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan variabel dependen yang digunakan adalah perilaku pengelolaan keuangan sedangkan variabel independennya berupa literasi keuangan, sikap keuangan, gender, yang akan dianalisis dengan menggunakan metode regresi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 215 responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas yang ada di wilayah Kedu. Teknik pengumpulan data dengan memberikan kuesioner kepada responden. Dalam membuktikan dan menganalisis maka menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, serta uji f dan uji t. di uji menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, sikap keuangan, dan gender berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Lapangan dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening

Ratmono¹, Durotun Nasikah^{1*}, Sahimas Fauzi Achmad¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro, Indonesia

*email: durotunnasika82@gmail.com

ABSTRACT

To determine whether the work environment has a direct effect on employee performance. To determine whether workload has a direct effect on work motivation. To determine whether the work environment has a direct effect on work motivation. To find out whether work motivation has a direct effect on employee performance. The sample of this study were all employees at CV Saema Jaya Snack, totaling 53 people. Data collection using questionnaires and literature studies, and data analysis using validity test, reliability test, normality test, linearity test, homogeneity test, and Regression Analysis of Mediating Variables with Causal Step Method using the program (SPSS). The results showed that there was a positive and significant effect of Workload on Employee Performance. There is a positive and significant effect of Work Environment on Employee Performance. There is a positive and significant effect of Work Motivation on Employee Performance. There is a positive and significant effect of workload, work environment, and motivation on employee performance.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Beban Kerja;
Lingkungan
Kerja; Kinerja
Karyawan;
Motivasi Kerja.

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui Untuk mengetahui apakah beban kerja berpengaruh langsung terhadap kinerja karyawan. Untuk mengetahui apakah lingkungan kerja berpengaruh langsung terhadap kinerja karyawan. Untuk mengetahui apakah beban kerja berpengaruh langsung terhadap motivasi kerja. Untuk mengetahui apakah lingkungan kerja berpengaruh langsung terhadap motivasi kerja. Untuk mengetahui apakah motivasi kerja berpengaruh langsung terhadap kinerja karyawan. Metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah metode Kuantitatif . Sampel penelitian ini adalah seluruh karyawan yang ada pada CV. Saema Jaya Snack yang berjumlah 53 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka, dan analisis data menggunakan Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas, dan Analisis Regresi Variabel Mediasi Dengan Metode Kausal Step dengan menggunakan program (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Beban Kerja , Lingkungan Kerja, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan.

Pengaruh Kompensasi, Pengembangan Karir, Motivasi Kerja Terhadap Kinerja di PT. Sarana Cahaya Makmur di Ganjar Agung

Suwarto^{1*}, Suryadi¹, Dimas Adi Saputra¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro, Indonesia

*email: wartok.umm@gmail.com

ABSTRACT

The people who work for and contribute to an organisation are its human resources, and they are often considered its most valuable asset. Therefore, an organization's success is propped up by the financial rewards and professional growth prospects it offers to its employees. In addition, the degree to which workers are inspired by their job will play a role in how productive they prove to be. Compensation, advancement opportunities, and intrinsic motivation at work were investigated to ascertain their relative impacts on productivity at PT. Sarana Cahaya Makmur in Ganjar Agung. Methods like the Slovin formula for basic random sampling and the application of statistical hypothesis formulae are at the heart of this quantitative study. Observation, in-depth interviews, and questionnaires were used to collect data. Forty-four workers from PT. Sarana Cahaya Makmur in Ganjar Agung were surveyed for this study. The study findings for PT. Sarana Cahaya Makmur in Ganjar Agung reveal that all three of these factors—compensation, career development, and job motivation—have a considerable impact on employee performance.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Kompensasi,
Pengembangan
Karir, Motivasi
Kerja, Kinerja
Karyawan

Orang-orang yang bekerja dan berkontribusi pada suatu organisasi ialah sumber daya manusianya, dan mereka sering kali dianggap sebagaimana aset paling berharga. Oleh karenanya itu, keberhasilan suatu organisasi ditopang oleh imbalan finansial dan prospek pertumbuhan profesional yang ditawarkan kepada karyawannya. Selain itu, sejauh mana pekerja terinspirasi oleh pekerjaan mereka akan berperan dalam memastikan seberapa produktif mereka. Kompensasi, peluang kemajuan, dan motivasi intrinsik di tempat kerja diselidiki untuk memastikan dampak relatifnya mengenai produktivitas di PT. Sarana Cahaya Makmur di Ganjar Agung. Metode layaknya rumus Slovin untuk pengambilan sampel acak dasar dan penerapan rumus hipotesis statistik ialah inti dari penelitian kuantitatif ini. Observasi, wawancara mendalam, dan kuesioner dipergunakan untuk mengumpulkan data. Empat puluh empat pekerja dari PT. Sarana Cahaya Makmur di Ganjar Agung disurvei untuk penelitian ini. Temuan penelitian pada PT. Sarana Cahaya Makmur dalam Ganjar Agung mengungkapkan bahwasanya ketiga faktor dimaksud kompensasi, pengembangan karir, dan motivasi kerja ditemukan akibat yang cukup besar mengenai kinerja karyawan

Pengaruh *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction* Terhadap Minat Beli Ulang pada *E-Commerce* Tokopedia dengan *Behavioural Intention* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Tahun Akademik 2020 FEB Universitas Muhammadiyah Metro)

Selamet Fuadi^{1*}, Fitriani¹, David Eka Saputra¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro, Indonesia

*email: fuadi77.sl@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find out whether E-Service Quality affects Repurchase Interest in Tokopedia E-Commerce. To find out whether Customer Satisfaction affects Repurchase Interest in Tokopedia E-Commerce. To find out whether Behavioural Intention affects Repurchase Interest in Tokopedia E-Commerce. To find out whether E-Service Quality, Customer Satisfaction with Repurchase Interest in Tokopedia E-Commerce with Behavioural Intention has a positive effect as an intervening variable. The sample of this study was 160 students of Management Class of 2020 Universitas Muhammadiyah Metro. The data were collected through questionnaire, then being analyzed by using validity test, reliability test, normality test, linearity test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, t test, r test of determination, and Regression Analysis of Mediating Variables with the Causal Step Method via the SPSS program, Analysis metode structural. The results showed that there was a positive and significant influence of E-Service Quality, Customer Satisfaction on Repurchase Interest, there was a positive and significant influence of Service Quality, Customer Satisfaction on Behavioural Intention, and there was a positive and significant influence of E-Service Quality, Customer Satisfaction on Repurchase Interest in the Tokopedia Application with Behavioural Intention as an Intervening Variable.

ABSTRAK (Bahasa Indonesia)

Kata Kunci:

E-Service Quality;
Customer Satisfaction;
Minat Beli Ulang;
Behavioural Intention.

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu Untuk mengetahui apakah *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pada *E-Commerce* Tokopedia. Untuk mengetahui apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pada *E-Commerce* Tokopedia. Untuk mengetahui apakah *Behavioural Intention* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pada *E-Commerce* Tokopedia. Untuk mengetahui apakah *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction* terhadap Minat Beli Ulang Pada *E-Commerce* Tokopedia dengan *Behavioural Intention* berpengaruh positif sebagai variabel intervening. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Metro sebanyak 160 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan Uji normalitas, uji linieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji

Multikolinearitas, uji t, uji r determinasi, dan Analisis Regresi Variabel Mediasi Dengan Metode Kausal Step dengan menggunakan program (SPSS), analisis model struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction* terhadap Minat Beli Ulang, terdapat pengaruh positif dan signifikan *Service Quality*, *Customer Satisfaction* terhadap *Behavioural Intention*, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction* terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Tokopedia Dengan *Behavioural Intention* Sebagai Variabel Intervening.

Analisis Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan pada PT Pandawa jaya Group

Nani Septiana¹, Ardiansyah Japlani^{1*}, Desta Anggraini¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro, Indonesia

*email: ardiansyahjaplani@gmail.com

ABSTRACT

In the world of business finance, efficient financial management plays a central role in maintaining a company's financial health. A good understanding of the asset and liability cycle, especially in terms of asset and liability turnover, is the key to measuring performance and identifying potential problems. This research focuses on analyzing the company's financial statements, especially the balance sheet and profit and loss for the last three years, namely 2020, 2021 and 2022. With an emphasis on the balance sheet, this research aims to provide relevant and useful insights for management to assess the company's financial condition and operational results during period. The design of this research is descriptive analysis, the type of data in this research is quantitative data. The sample for this research is the balance sheet and profit and loss section of the financial report for the 2020-2022 period. The liquidity ratio shows a decrease in the company's liquidity from 2020 to 2021, the solvency ratio shows that the company has used more debt to fund its operations. This ratio increased from 0.26 in 2020 to 0.38 in 2021. The activity ratio shows fluctuations in 2020 and 2022, the ratio is relatively low, while in 2021 the ratio increases significantly. Companies must pay attention to factors that cause decreased or increased profitability, especially from the internal side of the company, because internal factors are factors that can be controlled by the company itself.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Laporan
keuangan; Rasio
likuiditas; Rasio
Solvabilitas;
Rasio Aktivitas;
Rasio
Profitabilitas

Dalam dunia keuangan bisnis, manajemen keuangan yang efisien memegang peran sentral dalam menjaga kesehatan keuangan perusahaan. Pemahaman yang baik terhadap siklus aktiva dan passiva, terutama dalam hal perputaran aset dan kewajiban menjadi kunci untuk mengukur kinerja dan mengidentifikasi potensi masalah. Penelitian ini fokus pada analisis laporan keuangan perusahaan, terutama neraca dan laba rugi selama tiga tahun terakhir yaitu 2020, 2021 dan 2022. Dengan penekanan pada neraca, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang relevan dan bermanfaat bagi manajemen untuk menilai kondisi keuangan perusahaan dan hasil operasionalnya selama periode tersebut. Desain penelitian ini adalah deskriptif analisis, jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah laporan keuangan bagian neraca dan laba rugi pada periode 2020-2022. Rasio likuiditas menunjukkan penurunan likuiditas perusahaan dari tahun 2020 hingga 2021, rasio solvabilitas menunjukkan bahwa perusahaan telah menggunakan lebih banyak utang untuk mendanai operasinya. Rasio ini naik dari 0,26 pada tahun 2020 menjadi 0,38 pada

tahun 2021. Rasio aktivitas menunjukkan terjadi fluktuasi tahun 2020 dan 2022, rasio tersebut relatif rendah sedangkan pada tahun 2021 rasio tersebut meningkat secara signifikan. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang menyebabkan menurun maupun meningkatnya profitabilitas terutama dari sisi internal perusahaan, karena faktor internal merupakan faktor yang dapat dikendalikan sendiri oleh perusahaan.

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Studi Empiris pada UMKM di Magelang)

Dwi Indah Tanafi^{1*}, Wawan Sadtyo Nugroho¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: dwi.indah.tanafi@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to evaluate the influence of System User Participation, Information System User Ability, Company Size, Training and Education, and Top Management Support on Accounting Information System Performance. This research is based on the Theory of Reasoned Action (TRA). The data used is primary data obtained from questionnaires distributed to 116 leading MSMEs in Magelang, with 59 questionnaires returned and meeting the criteria for analysis. The sampling method used was purposive sampling. Data analysis involves descriptive statistical tests, quality tests (consisting of validity and reliability tests), and hypothesis testing using multiple linear regression analysis. The test results show that the variables System User Participation, Training and Education, and Top Management Support have a positive influence on Accounting Information System Performance. Meanwhile, the Information System User Capability and Company Size variables show no influence on Accounting Information System Performance.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh Partisipasi Pengguna Sistem, Kemampuan Pengguna Sistem Informasi, Ukuran Perusahaan, Pelatihan dan Pendidikan, serta Dukungan Manajemen Puncak terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. Penelitian ini berlandaskan pada *Theory of Reasoned Action* (TRA). Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada 116 UMKM Unggulan di Magelang, dengan 59 kuesioner yang kembali dan memenuhi kriteria untuk dianalisis. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data melibatkan uji statistik deskriptif, uji kualitas (terdiri dari uji validitas dan reliabilitas), serta uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Partisipasi Pengguna Sistem, Pelatihan dan Pendidikan, serta Dukungan Manajemen Puncak memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. Sementara itu, variabel Kemampuan Pengguna Sistem Informasi dan Ukuran Perusahaan tidak menunjukkan pengaruh terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi.

Kata Kunci:
Top Management Support; Information System User Capabilities; Accounting Information System Performance; System User Participation; Company Size; Training and Education

Peran Variabel Moderasi Ukuran Perusahaan dalam *Financial Distress, Debt Default, dan Pertumbuhan* Perusahaan terhadap Opini Audit *Going Concern* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2022)

Winda Rustiyaningrum¹, Siti Noor Khikmah^{1*}, Wahyu Anggit Prasetya¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Magelang, Indonesia

*email: siti.noor.khikmah@unimma.ac.id

ABSTRACT

In 2020-2022, manufacturing companies received the status of audit opinion going concern fluctuated. This research aimed to analyze the effect financial distress, debt default, company growth, going concern audit opinions with company size as a moderation variable. The type of research is quantitative and the type of data used is secondary data. The population of this research is manufacturing companies listed on the IDX for the 2020-2022 period. The sampling technique uses the purposive sampling method. The sample was 33 companies. Statistical analysis uses moderated regression analysis. The research result declared that financial distress has a positive effect on the audit opinion going concern. As for the default debt, the company's growth has no effect on the opinion of going concern. The size of the company undermines the relationship of debt default to the audit opinion of going concern but does not moderate the influence of financial distress and company growth on the audit opinion of going concern

ABSTRAK

Pada tahun 2020-2022 perusahaan manufaktur mendapatkan status opini audit *going concern* mengalami fluktuasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *financial distress, debt default, pertumbuhan perusahaan* terhadap opini audit *going concern* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian adalah kuantitatif dan jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Populasi penelitian ini perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2020-2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Sampel sebanyak 33 perusahaan. Analisis statistik menggunakan moderated regression analysis. Hasil penelitian menunjukkan *financial distress* berpengaruh positif terhadap opini audit *going concern*. Adapun *debt default, pertumbuhan perusahaan* tidak berpengaruh terhadap opini *going*

Kata Kunci:

Financial distress ; debt default ; pertumbuhan perusahaan ; ukuran perusahaan ; opini audit going concern;

concern. Ukuran perusahaan memoderai hubungan *debt default* terhadap opini audit *going concern* tetapi tidak memoderasi pengaruh *financial distress* dan pertumbuhan perusahaan terhadap opini audit *going concern*.

Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Minat Investasi

Tanti Yuniasari¹, Muji Mranani^{1*}, Wahyu Anggit Prasetya¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: mrananijogja@yahoo.com

ABSTRACT

Investment interest is the intention of a person to carry out activities to invest. One effective way to make an investment interest is to know investments related to advantages, weaknesses, and investment performance. This study aims to examine the influence of financial literacy, financial behavior and lifestyle on investment interest. This study uses a sample of students from the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Magelang. The number of samples for this study is 219 respondents, based on the purposive sampling method, namely regular students of the 2020 to 2023 batch of the Faculty of Economics and Business who are active at UNIMMA. The hypothesis testing in this study uses multiple linear regression. The results of the study show that financial literacy has a positive effect on investment interest. Meanwhile, financial behavior and lifestyle have no effect on investment interest.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Minat Investasi;
Literasi
Keuangan;
Perilaku
Keuangan; Gaya
Hidup

Minat investasi niatan seseorang melakukan kegiatan untuk berinvestasi. Salah satu cara efektif untuk melakukan minat investasi adalah mengetahui investasi yang berkaitan dengan keuntungan, kelemahan, sampai dengan kinerja investasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan gaya hidup terhadap minat investasi. Penelitian ini menggunakan sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Jumlah sampel penelitian ini adalah 219 responden, berdasarkan metode *purposive sampling*, yaitu Mahasiswa reguler angkatan 2020 sampai 2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis aktif UNIMMA. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Sedangkan perilaku keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh minat investasi.

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Lingkungan Sosial, *Locus of Control*, dan *Financial Technology* terhadap Perilaku Keuangan (Studi Empiris pada Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi di Universitas se-Kedu)

Nahdhiyatul Aisyah^{1*}, Betari Maharani¹, Naufal Afif¹, Veni Soraya Dewi¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah

Magelang, Indonesia

*email: nahdhiyaaisyah@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of financial literacy, lifestyle, social environment, locus of control, and financial technology on the financial behavior of students in management and accounting study programs at universities throughout Kedu. Kedu Residency is an administrative unit in force in Central Java. This research was conducted at Tidar State University, Muhammadiyah University of Magelang, Muhammadiyah University of Purworejo, Al-Qur'an Science University of Wonosobo, and Purta Bangsa University of Kebumen in the Department of Management and Accounting. This research uses quantitative methods with the dependent variable used is financial behavior, and the independent variables used are financial literacy (X1), lifestyle (X2), social environment (X3), locus of control (X4), and financial technology (X5), which will be analyzed using the regression method. The number of samples in this study was 206 respondents. The respondents of this research are active students at universities throughout Kedu. The data collection technique in this research is by giving questionnaires to respondents online. The research results show that financial literacy, social environment, and locus of control have no effect on financial behavior. Meanwhile, lifestyle and financial technology have a positive influence on students' financial behavior.

ABSTRAK

Kata Kunci:
literasi
keuangan, gaya
hidup,
lingkungan
sosial, locus of
control, financial
technology ;
perilaku
keuangan
mahasiswa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, lingkungan sosial, *locus of control*, dan *financial technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa program studi manajemen dan akuntansi di universitas se-Keresidenan Kedu merupakan satuan administrasi yang berlaku di Jawa Tengah. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Tidar, Universitas Muhammadiyah Magelang, Universitas Muhammadiyah Purworejo, Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo, dan Universitas Purta Bangsa Kebumen pada jurusan Manajemen dan Akuntansi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variabel dependen yang digunakan adalah perilaku keuangan, dan variabel independen yang digunakan adalah literasi keuangan (X1), gaya hidup (X2), lingkungan sosial (X3), *locus of control* (X4), dan *financial technology* (X5), yang akan dianalisis menggunakan metode regresi. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 206 responden. Adapun responden penelitian ini adalah mahasiswa aktif di

Universitas se-Kedu. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan memberikan kuesioner kepada responden secara *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, lingkungan sosial, dan *locus of control* tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Sedangkan gaya hidup dan *financial technology* berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa.

Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Akuntabilitas Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris pada Pemerintah Daerah Kota/Kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat dan Sumatera Utara Periode 2017-2021)

Rohmatul Faizah^{1*}, Yulinda Devi Pramita¹, Wahyu Anggit Prasetya¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah

Magelang, Indonesia

*email: rohmatulfaizah19@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to empirically examine and analyze the influence of financial performance assessed by solvency, revenue effectiveness, expenditure efficiency, and regional autonomy on the accountability of local government financial reporting in municipalities/districts in East Java, West Java, and North Sumatra provinces during the period 2017-2021. The population of this study consists of 97 local governments in East Java, West Java, and North Sumatra provinces. Using purposive sampling, 34 local governments meeting the criteria were selected. The research method employed quantitative approach and data were analyzed using logistic regression. The findings indicate that solvency does not affect the accountability of local government financial reporting, revenue effectiveness positively influences the accountability of local government financial reporting, expenditure efficiency does not affect the accountability of local government financial reporting, and regional autonomy positively influences the accountability of local government financial reporting.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh kinerja keuangan yang dinilai dengan solvabilitas, efektivitas pendapatan, efisiensi belanja, dan kemandirian daerah terhadap akuntabilitas pelaporan keuangan pemerintah daerah pada pemerintah daerah kota/kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat dan Sumatera Utara periode 2017-2021. Populasi dari penelitian ini adalah 97 pemerintah daerah pada Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat dan Sumatera Utara. Dengan menggunakan *purposive sampling*, terdapat 34 pemerintah daerah yang memenuhi kriteria. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan data dianalisis menggunakan regresi logistik. Hasil yang diperoleh adalah solvabilitas tidak berpengaruh terhadap akuntabilitas pelaporan keuangan pemerintah daerah, efektivitas pendapatan berpengaruh positif terhadap akuntabilitas pelaporan keuangan pemerintah daerah, efisiensi belanja tidak berpengaruh terhadap akuntabilitas pelaporan keuangan pemerintah daerah, dan kemandirian daerah berpengaruh positif terhadap akuntabilitas pelaporan keuangan pemerintah daerah.

Kata Kunci:

Kinerja keuangan;
pemerintah daerah;
akuntabilitas pelaporan keuangan

Peran Sistem Keuangan Desa terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa

Novanda Cahya Pramita¹, Nur Laila Yuliani^{1*}, Muji Mranani¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: nurlailay@unimma.ac.id

ABSTRACT

Village fund management accountability is the accountability of the village government in managing village funds. This study examines empirically the effect of village apparatus competence, organizational commitment, information technology utilization, community participation, internal control systems, village financial systems, and transparency on the accountability of village fund management. This research is quantitative research. The data source in this study used primary data obtained through distributing questionnaires. The data source in this study uses primary data. The sampling technique used in this study was purposive sampling technique so that this study resulted in 106 respondents. The results showed that the village financial system had a positive effect on the accountability of village fund management, while the competence of village officials, organizational commitment, utilization of information technology, community participation, internal control system and transparency had no effect on the accountability of village fund management.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Pemanfaatan
Teknologi
Informasi;
Sistem
Pengendalian
Internal; Sistem
Keuangan Desa;
Transparansi;
Akuntabilitas
Pengelolaan
Dana Desa

Akuntabilitas pengelolaan dana desa adalah pertanggungjawaban pemerintah desa dalam mengelola dana desa. Penelitian ini mengkaji secara empiris tentang pengaruh kompetensi aparatur desa, komitmen organisasi, pemanfaatan teknologi informasi, partisipasi masyarakat, sistem pengendalian internal, sistem keuangan desa, dan transparansi terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* sehingga pada penelitian ini menghasilkan responden sejumlah 106, hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem keuangan desa berpengaruh positif terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa, sedangkan kompetensi aparatur desa, komitmen organisasi, pemanfaatan teknologi informasi, partisipasi masyarakat, sistem pengendalian internal dan transparansi tidak berpengaruh terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa.

Analisis Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan pada PT Pandawa Jaya Group

Desti Anggraini^{1*}, Ardiansyah Japlani¹, Deny Edi Widodo¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Universitas Muhammadiyah Metro, Indonesia

*email: destaanggraini171@gmail.com

ABSTRACT

In the world of business finance, efficient financial management plays a central role in maintaining a company's financial health. A good understanding of the asset and liability cycle, especially in terms of asset and liability turnover, is the key to measuring performance and identifying potential problems. This research focuses on analyzing the company's financial statements, especially the balance sheet and profit and loss for the last three years, namely 2020, 2021 and 2022. With an emphasis on the balance sheet, this research aims to provide relevant and useful insights for management to assess the company's financial condition and operational results during period. The design of this research is descriptive analysis, the type of data in this research is quantitative data. The sample for this research is the balance sheet and profit and loss section of the financial report for the 2020-2022 period. The liquidity ratio shows a decrease in the company's liquidity from 2020 to 2021, the solvency ratio shows that the company has used more debt to fund its operations. This ratio increased from 0.26 in 2020 to 0.38 in 2021. The activity ratio shows fluctuations in 2020 and 2022, the ratio is relatively low, while in 2021 the ratio increases significantly. Companies must pay attention to factors that cause decreased or increased profitability, especially from the internal side of the company, because internal factors are factors that can be controlled by the company itself.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Laporan
Keuangan, Rasio
Likuiditas, Rasio
Solvabilitas,
Rasio Aktivas,
Rasio
Profitabilitas

Dalam dunia keuangan bisnis, manajemen keuangan yang efisien memegang peran sentral dalam menjaga kesehatan keuangan perusahaan. Pemahaman yang baik terhadap siklus aktiva dan passiva, terutama dalam hal perputaran aset dan kewajiban menjadi kunci untuk mengukur kinerja dan mengidentifikasi potensi masalah. Penelitian ini fokus pada analisis laporan keuangan perusahaan, terutama neraca dan laba rugi selama tiga tahun terakhir yaitu 2020, 2021 dan 2022. Dengan penekanan pada neraca, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang relevan dan bermanfaat bagi manajemen untuk menilai kondisi keuangan perusahaan dan hasil operasionalnya selama periode tersebut. Desain penelitian ini adalah deskriptif analisis, jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah laporan keuangan bagian neraca dan laba rugi pada periode 2020-2022. Rasio likuiditas

menunjukkan penurunan likuiditas perusahaan dari tahun 2020 hingga 2021, rasio solvabilitas menunjukkan bahwa perusahaan telah menggunakan lebih banyak utang untuk mendanai operasinya. Rasio ini naik dari 0,26 pada tahun 2020 menjadi 0,38 pada tahun 2021. Rasio aktivitas menunjukkan terjadi fluktuasi tahun 2020 dan 2022, rasio tersebut relatif rendah sedangkan pada tahun 2021 rasio tersebut meningkat secara signifikan. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang menyebabkan menurun maupun meningkatnya profitabilitas terutama dari sisi internal perusahaan, karena faktor internal merupakan faktor yang dapat dikendalikan sendiri oleh perusahaan

Pengaruh *Employee Engagement*, *Transformational Leadership*, dan *Perceived Organizational Support* terhadap Kinerja Karyawan (Studi Empiris pada PERUMDA Air Minum “Tirta Gemilang” Kabupaten Magelang)

Syahadenita Eka Septiana^{1*}, Muhdiyanto¹,

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: ekadenita99@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of testing and analyzing the influence of the variables Employee Engagement, Transformational Leadership, and Perceived Organizational Support on Employee Performance. The population in this study were employees of PERUMDA Air Minum "Tirta Gemilang" Magelang Regency with a sample of 115 respondents. The sampling technique in this research used the Purposive Sampling method with the Slovin formula. Test data quality using validity and reliability tests. The analytical tool used is multiple linear regression with the help of the SPSS 20.0 program. The results of this research show that Employee Engagement has a positive and significant effect on employee performance, Transformational Leadership has a positive and significant effect on employee performance, and Perceived Organizational Support has a positive effect on employee performance.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Kinerja Karyawan; Employee Engagement; Transformational Leadership; Perceived Organizational Support

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel *Employee Engagement*, *Transformational Leadership*, dan *Perceived Organizational Support* terhadap Kinerja Karyawan. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PERUMDA Air Minum “Tirta Gemilang” Kabupaten Magelang dengan sampel sebanyak 115 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan rumus slovin. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 20.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Employee Engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, *Transformational Leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, dan *Perceived Organizational Support* berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Linda Diana Nafsi¹, Marlina Kurnia^{1*}, Diesyana Ajeng Pramesti¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: marlinakurnia@unimma.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to test and analyze the influence of service quality, product quality and lifestyle on customer loyalty through customer satisfaction at the Larissa Aesthetic Center Magelang. This research uses quantitative methods with a population that is known to all consumers of the Larissa Aesthetic Center in Magelang. Data collection techniques use questionnaires or questionnaires. The data analysis test in this study used Smart-PLS 4.0. The research results show that service quality, product quality and lifestyle have a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has no effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, product quality has no effect on customer loyalty, lifestyle has a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction cannot mediate the effect of service quality on customer loyalty, customer satisfaction cannot mediate the influence of product quality on customer loyalty, and customer satisfaction cannot mediate the influence of lifestyle on customer loyalty.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Customer Loyalty, Service Quality, Product Quality, Lifestyle and Customer Satisfaction

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Larissa Aesthetic Center Magelang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi seluruh konsumen Larissa Aesthetic Center di Magelang yang belum diketahui jumlahnya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Uji analisis data dalam penelitian ini menggunakan Smart-PLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh *Visual Merchandising* terhadap Keputusan Pembelian Jiniso di Shopee dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pengguna Shopee di Magelang)

Febiola Rimba Melati^{1*}, Mulato Santosa¹, Muhdiyanto¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah

Magelang, Indonesia

*email: vebiola2018@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of visual merchandising on Jiniso purchasing decisions at Shopee with purchase interest as a mediating variable (empirical study of Shopee users in Magelang). The sample used in this research was 105 respondents using the purposive sampling method. The data collection technique in this research is by distributing quizzes via Google Form. The analysis method used is WarpPLS 7.0 software. Analysis shows that visual merchandising has a direct influence on purchasing decisions ($\beta=0.46$; $p<0.01$). Visual merchandising has a direct effect on purchase intention ($\beta=0.56$; $p<0.01$). Purchase interest has a direct effect on purchasing decisions ($\beta=0.68$; $p<0.01$). Meanwhile, visual merchandising and purchasing decisions mediated by purchasing interest have a significant relationship ($\beta=0.16$; $p=0.04$). The relational model between variables has a good GoF ($APC=0.439$; $p<0.01$; $ARS=0.396$; $p<0.01$; $AVIF=1.319<5$). The results show that Visual Merchandising influences Purchase Decisions, Visual Merchandising influences Purchase Interest, and Purchase Interest influences Purchase Decisions. The mediation test results obtained show that Purchase Interest mediates the relationship between Visual Merchandising and Purchase Decisions.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Visual Merchandising;
Minat Beli;
Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh *visual merchandising* terhadap keputusan pembelian Jiniso di Shopee dengan minat beli sebagai variabel mediasi (studi empiris pengguna Shopee di Magelang). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 105 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuis melalui *google form*. Metode analisis yang digunakan adalah *software WarpPLS 7.0*. Analisis menunjukkan bahwa *visual merchandising* memiliki pengaruh langsung dengan keputusan pembelian ($\beta=0,46$; $p<0,01$). *Visual merchandising* berpengaruh langsung dengan minat beli ($\beta=0,56$;

$p < 0,01$). Minat beli berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian ($\beta = 0,68$; $p < 0,01$). Sedangkan *visual merchandising* dengan keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli memiliki hubungan yang signifikan ($\beta = 0,16$; $p = 0,04$). Model relasional di antara variabel memiliki GoF yang baik ($APC = 0,439$; $p < 0,01$; $ARS = 0,396$; $p < 0,01$; $AVIF = 1,319 < 5$). Hasil menunjukkan bahwa *Visual Merchandising* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, *Visual Merchandising* berpengaruh terhadap Minat Beli, dan Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian mediasi yang diperoleh menunjukkan bahwa Minat Beli memediasi hubungan antara *Visual Merchandising* terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh *E-Commerce*, Sosial Media, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Dwi Okthafiani¹, Muji Mranani¹, Yulinda Devi Pramita^{1*}

¹ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang

*email: yulinda.feb@ummgl.ac.id

ABSTRACT

Entrepreneurial Decision Making is the courage to take risks or decisions to open jobs using optimal resources. Entrepreneurial decisions are the result of solving a problem that involves consideration of various factors. The purpose of this study was to determine the effect of e-commerce, social media, the use of accounting information systems and entrepreneurial knowledge on entrepreneurial decision making. The data in this study are primary data, namely data obtained by distributing questionnaires to respondents. The population in this study were UNIMMA accounting students in 2020-2022. The sampling technique used purposive sampling with a total of 120 respondents. The analysis method used uses multiple linear regression analysis with the SPSS 25 program. The results of this study indicate that e-commerce, social media and entrepreneurial knowledge have a positive effect on entrepreneurial decision making. While the use of accounting information systems has no effect on entrepreneurial decision making.

ABSTRAK

Kata Kunci:
E-Commerce;
Sosial Media;
Penggunaan
Sistem Informasi
Akuntansi;
Pengetahuan
Kewirausahaan;
Pengambilan
Keputusan
Berwirausaha

Pengambilan Keputusan Berwirausaha merupakan keberanian dalam mengambil risiko atau keputusan untuk membuka lapangan pekerjaan menggunakan sumber daya secara optimal. Keputusan berwirausaha adalah hasil dari pemecahan suatu masalah yang melibatkan pertimbangan dari berbagai faktor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, sosial media, penggunaan sistem informasi akuntansi dan pengetahuan kewirausahaan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi UNIMMA angkatan 2020-2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 120. Metode analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 25. Hasil dari penelitian ini berpengaruh bahwa *e-commerce*, sosial media dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Sedangkan penggunaan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Pengaruh Getok Tular, Kesadaran Merek , dan Citra Merek terhadap Niat Beli (Studi Empiris pada Konsumen Produk Natasha di Magelang)

Riva Mayangsari¹, Diesyana Ajeng Pramesti^{1*}, Ravindra Ardiana Darmadi¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: diesyana.ajeng@unimma.ac.id

ABSTRACT

This research is motivated by the rapid growth and highly competitive nature of the beauty industry, making skincare an essential necessity for individuals. Such lifestyle demands prioritize appearance. The objective of this study is to examine the influence of word-of-mouth, brand awareness, and brand image on purchase intention. The sample size for this study is 100 respondents, selected using accidental sampling, with the criterion being a minimum of one purchase of Natasha products. The results of this research indicate that word-of-mouth has a significant positive impact on purchase intention, brand awareness has a negative impact on purchase intention, and brand image has a significant positive impact on purchase intention.

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Getok Tular;
Kesadaran
Merek; Citra
Merek; Niat
Beli*

Penelitian ini dilatar belakangi perkembangan industri kecantikan memiliki pertumbuhan yang sangat pesat dengan persaingan yang sangat tinggi sehingga bagi orang perawatan kulit menjadi kebutuhan yang sangat penting, gaya hidup seperti ini menjadi tuntutan untuk lebih mengutamakan penampilan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh getok tular, kesadaran merek, dan citra merek terhadap niat beli. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Dalam penentuan sampel penelitian ini terdapat kriteria yaitu minimal 1 kali pembelian produk natasha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Getok Tular berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, Kesadaran Merek berpengaruh negatif terhadap niat beli, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, Online Customer Rating dan E-trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Ecommerce (Studi Empiris pada Pengguna Shopee)

Nur Baety Dewi Ariyani¹, Lukluk Atul Hidayati^{1*}, Mulato Santosa¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah

Magelang, Indonesia

*email: lukluk.ah@unimma.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of brand image, online customer review, online customer rating, and e-trust on purchasing decisions in e-commerce with an empirical study of shopee users. The population in this study were Shopee users. The sample in this study were 100 respondents using the purposive sampling technique method. This research method uses quantitative methods. The results of this study indicate that purchasing decisions affect brand image, online customer reviews, online customer ratings and e-trust on purchasing decisions, brand image has a positive effect on purchasing decisions, online customer reviews have no effect on purchasing decisions, online customer ratings have no effect on purchasing decisions, and e-trust has a positive effect on purchasing decisions.

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Brand Image,
Online Customer
Review, Online
Customer
Rating, E-trust,
Keputusan
Pembelian*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh brand image, online customer review, online customer rating, dan e-trust terhadap keputusan pembelian pada e-commerce dengan studi empiris pengguna shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna Shopee. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode teknik purposive sampling. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mempengaruhi brand image, online customer review, online customer rating dan e-trust terhadap keputusan pembelian, brand image berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, online customer review tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, online customer rating tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan e-trust berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Efikasi Diri, Komitmen Organisasi, dan Kelelahan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Empiris pada Karyawan UMKM Di Kota Magelang)

Muhammad Diffa'Ulhaq¹, Rochiyati Murniningsih¹, Muhamad Wahid Ibrahim¹

¹ Manajemen / Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: dipomhmd510@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of self-efficacy, organizational commitment, and burnout on employee performance in the Micro, Small and Medium Enterprises workforce in Magelang City. Sampling in this study used a purposive sampling method with the criteria of employees who had worked for a minimum of two years in culinary Micro, Small and Medium Enterprises, totaling 186 people. The analysis method used is a multiple regression technique processed with SPSS version 24 software. The results of this research show that self-efficacy and organizational commitment have a positive and significant effect on employee performance, while burnout has a negative and significant effect on employee performance. The R Square which shows a value of 0.553 means that the variables of self-efficacy, organizational commitment and burnout together influence the employee performance variable by 55.3% with the remaining 44.7% being influenced by other variables outside the research.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Kinerja
Karyawan,
Efikasi diri,
Komitmen
Organisasi,
Kelelahan Kerja

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efikasi diri, komitmen organisasi, dan kelelahan kerja terhadap kinerja karyawan pada tenaga kerja UMKM di Kota Magelang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria karyawan yang sudah bekerja minimal dua tahun pada UMKM kuliner yang berjumlah 186 orang. Metode analisis yang digunakan adalah teknik regresi berganda yang diolah dengan *software* SPSS versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri dan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan kelelahan kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. *R Square* yang menunjukkan nilai 0,553 artinya variabel efikasi diri, komitmen organisasi, dan kelelahan kerja secara bersama-sama mempengaruhi variabel kinerja karyawan sebesar 55,3 % dengan sisanya 44,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

The Influence of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Fashion Involvement and Shopaholic Behavior on Impulse Buying (PT. Matahari Department Store Magelang)

Putri Puspita Sari¹, Marlina Kurnia^{1*}, Muhdiyanto¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Magelang, Indonesia

*email: marlinakurnia@unimma.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of hedonic shopping motivation, shopping lifestyle, fashion involvement and crazy shopping behavior on impulse buying decisions at PT Matahari Department Store Magelang. The sample collection technique is purposive sampling technique with a total sample of 100 respondents, namely consumers who have made spontaneous or unplanned purchases at PT Matahari Department Store and are at least 17 years old. The analytical tool used is multiple linear regression using the spss 22 program. The study found that the variables of hedonic shopping motivation, fashion involvement and shopaholic behavior had a positive and significant effect on impulse buying at PT Matahari Department Store Magelang. Meanwhile, the shopping lifestyle variable has no effect on impulse buying at PT. Matahari Department Store Magelang. Variables of hedonic shopping motivation, shopping lifestyle, fashion involvement, and shopaholic behavior have a significant influence on impulse buying simultaneously at PT. Matahari Department Store Magelang .

ABSTRAK

Kata Kunci:
Motivasi Belanja
Hedonis; Gaya
Hidup
Berbelanja;
Keterlibatan
Fashion; Gila
Belanja;
Pembelian
Impulsif

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh motivasi belanja hedonis, gaya hidup belanja, keterlibatan fashion dan perilaku gila belanja terhadap keputusan pembelian impulsif di PT. Matahari Department Store Magelang. Teknik pengumpulan sampel yakni dengan teknik Purposive Sampling dengan total sampel sebesar 100 responden yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian secara spontan atau tidak direncanakan di PT. Matahari Departement Store dan berusia minimal 17 tahun. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan program spss 22. Penelitian menghasilkan bahwa variabel motivasi belanja hedon, keterlibatan fashion dan perilaku gila belanja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di PT. Matahari Department Store Magelang. Sedangkan, variabel gaya hidup belanja tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif di PT. Matahari Department Store Magelang. Variabel motivasi belanja hedonis, gaya hidup berbelanja, keterlibatan fashion, dan gila belanja berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pembelian impulsif di PT. Matahari Department Store Magelang.

Pengaruh *Work Life Balance*, Motivasi, Lingkungan Kerja dan Keterikatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Empiris di Taman Wisata Candi Borobudur)

Ida Afiyani¹, Dahli Suhaeli^{1*}, Muhdiyanto¹

¹ Program Studi Manajemen/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: dahli.suhaeli@unimma.ac.id

ABSTRACT

This research is to examine the influence of work life balance, motivation, work environment and work engagement on the performance of Borobudur Temple Tourism Park employees. The sampling method in this research used non-probability sampling with a purposive sampling technique with a sample size of 100 respondents. The sample criteria in this study were employees who were married, had worked for more than 1 year, and had a high school/vocational education. The analytical tool used is multiple linear regression with the help of the SPSS version 23.0 program. The results of this research show that work life balance, motivation, work environment and work engagement simultaneously influence employee performance and work life balance, motivation, work environment and work engagement partially have a positive and significant influence on employee performance.

Kata Kunci:

Work Life Balance;
Motivasi;
Lingkungan Kerja;
Keterikatan Kerja; dan
Kinerja Karyawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Work life balance*, Motivasi, Lingkungan kerja, dan Keterikatan kerja terhadap Kinerja Karyawan Taman Wisata Candi Borobudur. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah karyawan yang sudah menikah, telah bekerja selama lebih dari 1 tahun, dan pendidikan terakhir SMA/SMK. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *work life balance*, motivasi, lingkungan kerja dan keterikatan kerja secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan dan *Work life balance*, motivasi, lingkungan kerja serta keterikatan kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Kualitas Produk, Ulasan Konsumen, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian

Adam Bharesta Melano Samiaji¹, Diesyana Ajeng Pramesti^{1*}, Muhamad Wahid Ibrahim¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: diesyana.ajeng@unimma.ac.id

ABSTRACT

This research is motivated by an increase in the value of online transactions over the last three years. The purpose of this research is to examine the influence of product quality, consumer reviews, and brand image on customer satisfaction as mediated by purchasing decisions. The number of samples in this research was 120 respondents, the sampling technique used purposive sampling. In determining the sample for this research, there are criteria, namely Tokopedia e-commerce users who have made at least 2 transactions. The research results which explain the influence on purchasing decision variables show that product quality, consumer reviews and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, the research results which explain the influence on customer satisfaction variables show that product quality, brand image and purchasing decisions have a positive and significant effect on customer satisfaction, but consumer reviews have no effect on customer satisfaction. Meanwhile, the Sobel test that has been carried out shows that the purchasing decision variable mediates the influence of 3 variables, namely product quality, consumer reviews and brand image on customer satisfaction.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Kualitas produk; Ulasan Konsumen; Citra Merek; Kepuasan Pelanggan; Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatar belakangi terjadinya peningkatan nilai transaksi online selama tiga tahun terakhir. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk, ulasan konsumen, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi keputusan pembelian. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Dalam penentuan sampel penelitian ini terdapat kriteria yaitu pengguna e-commerce Tokopedia yang telah bertransaksi minimal 2 kali. Hasil penelitian yang menerangkan adanya pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa kualitas produk, ulasan konsumen, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya untuk hasil penelitian yang menerangkan adanya pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan menunjukkan hasil bahwa yaitu kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun untuk Ulasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk uji sobel yang telah dilakukan menunjukkan

bahwa variabel keputusan pembelian memediasi pengaruh 3 variabel yaitu kualitas produk, Ulasan Konsumen, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Konsumen Kosmetik Wardah)

Miftakhul Janah¹, Dahli Suhaeli¹, Muhdiyanto^{1*}

Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: muhdiyanto@unimma.ac.id

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of celebrity endorsers, brand image, product quality and price perceptions on purchasing decisions. The population in this study were Wardah cosmetic consumers. The sampling method used purposive sampling with a total of 120 respondents. The analytical tool used is multiple linear regression with the help of the SPSS 25 program. The results showed that the celebrity endorser variable had a positive and significant effect on purchasing decisions. Brand image variables have no effect and are significant to purchasing decisions. The product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. The price perception variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. The celebrity endorser variable, brand image, product quality and price perception on purchasing decisions simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, *brand image*, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kosmetik wardah. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 120 responden. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *brand image* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *celebrity endorser*, *brand image*, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Sistem Pengendalian Internal dan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Daerah

Panji Nagoro¹, Anissa Hakim Purwantini^{1*}, Nur Laila Yuliani¹

¹ Akuntansi / Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: anissahakimp@unimma.ac.id

ABSTRACT

Regional financial management accountability is the process of regional financial management starting from planning, implementation, accountability and supervision which must be reported to the public and interested parties to use regional financial management reports. This research aims to empirically test and analyze the influence of the quality of financial reports, internal control systems, accessibility of financial reports and regional financial accounting systems on the accountability of regional financial management. The research population was all OPDs in Magelang Regency. Based on the purposive sampling method, a sample of 26 OPDs was obtained in Magelang Regency. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis. The results of the research show that the quality of financial reports has no effect on regional financial management accountability, the internal control system has a positive effect on regional financial management accountability, the accessibility of financial reports has no effect on regional financial management accountability and the regional financial accounting system has a positive effect on regional financial management accountability.

ABSTRAK

Kata Kunci:
internal control system; regional financial accounting system; accountability for regional financial management

Akuntabilitas pengelolaan keuangan daerah adalah proses pengelolaan keuangan daerah mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pertanggungjawaban dan pengawasan yang harus dilaporkan kepada masyarakat dan pihak yang berkepentingan untuk memakai laporan pengelolaan keuangan daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh kualitas laporan keuangan, sistem pengendalian internal, aksesibilitas laporan keuangan dan sistem akuntansi keuangan daerah terhadap akuntabilitas pengelolaan keuangan daerah. Populasi penelitian adalah seluruh OPD di Kabupaten Magelang. Berdasarkan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 26 OPD di Kabupaten Magelang. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap akuntabilitas pengelolaan keuangan daerah, sistem pengendalian internal berpengaruh positif terhadap akuntabilitas pengelolaan keuangan daerah, aksesibilitas laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap akuntabilitas pengelolaan keuangan daerah dan sistem akuntansi keuangan daerah berpengaruh positif terhadap akuntabilitas pengelolaan keuangan daerah.

Performance and Sustainable Business Development of Food MSMEs in Kudus, Central Java

Farah Anissa Fauziyah¹, Dina Lusianti^{1*}, Rhealin Hening Karatri¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Indonesia

*email: dina.lusianti@umk.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of leadership style and financial literacy in improving business performance and developing sustainable businesses in food MSMEs in Kudus, Central Java. The sample in this study consisted of 150 respondents. The sampling technique uses purposive sampling. The data analysis method used is SEM-PLS. The findings of this research show that leadership style has a positive and significant effect on sustainable business development, financial literacy has a positive and significant impact on sustainable business development, leadership style has a positive and significant effect on increasing business performance, financial literacy has a positive and significant impact on increasing business performance, and Increasing business performance has a significant positive effect on sustainable business development. Business performance has a mediating role in this research.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Kinerja;
Pengembangan
usaha
berkelanjutan;
gaya
kepemimpinan;
literasi keuangan

Studi ini bertujuan untuk menganalisis peran gaya kepemimpinan dan literasi keuangan pada peningkatan kinerja usaha dan pengembangan usaha berkelanjutan pada UMKM makanan di Kudus, Jawa Tengah. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha berkelanjutan, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha berkelanjutan, gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha, dan peningkatan kinerja usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan usaha berkelanjutan. Kinerja usaha memiliki peran sebagai mediasi dalam penelitian ini.

Village Financial Management: The Influence of Accountability, Transparency and Village Financial Accounting Systems

Ernawati Malik¹, Wa Ode Nurhazrawati^{1*}, Nurfita¹

¹ Program Studi Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

*email: hazrawati85@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether Accountability, Transparency, and Village Financial Accounting System Affect Village Financial Management (Village Se-Kecamatan Wangi-Wangi). The research method used is multiple linear analysis using the Statistical Package For Social Science (SPSS) vs.22 program. The research was conducted in February 2024. The results showed that accountability has an effect on village financial management (villages in Wangi-Wangi sub-district). transparency has an effect on village financial management (villages in Wangi-Wangi sub-district). In addition, the financial accounting system has no effect on the management of village finances (Village Se-Kecamatan Wangi-Wangi). Meanwhile, simultaneous testing showed an influence on the management of Village Finance (Village Se-Kecamatan Wangi-Wangi). This means that the higher the accountability, transparency and financial accounting system, the better the management of village finances in the villages in Wangi-Wangi sub-district.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Accountability;
Transparency;
Financial
Accounting
System; Village
Financial
Management

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Akuntabilitas, Transparansi, dan Sistem Akuntansi Keuangan Desa Berpengaruh Pada pengelolaan Keuangan Desa (Desa Se-Kecamatan Wangi-Wangi). Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan menggunakan program Statistical Package For Social Science (SPSS) vs.22. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2024. Hasil penelitian menunjukkan akuntabilitas Berpengaruh Pada pengelolaan Keuangan Desa (Desa Se-Kecamatan Wangi-Wangi). transparansi Berpengaruh Pada pengelolaan Keuangan Desa (Desa Se-Kecamatan Wangi-Wangi). Selain itu, system akuntansi keuangan tidak Berpengaruh Pada pengelolaan Keuangan Desa (Desa Se-Kecamatan Wangi-Wangi). Sedangkan dalam pengujian secara simultan menunjukkan pengaruh Pada pengelolaan Keuangan Desa (Desa Se-Kecamatan Wangi-Wangi). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi akuntabilitas, transparansi dan system akuntansi keuangan maka akan mewujudkan pengelolaan Keuangan Desa yang semakin baik pada Desa Se- Kecamatan Wangi-Wangi.

The Effect of Financial Literacy and Income Level on Children's Education Fund Planning

Sari Widati^{1*}, Septiana Dwi Pangesti¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Indonesia

*email: sarwid09@gmail.com

ABSTRACT

This study examined the effect of financial literacy and income level on children's education fund planning. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) techniques, with the Analysis Of Moment Structur (AMOS) application program. This study involved parents of students in three elementary schools in Karanganyar as respondents. The number of respondents involved was 150 student guardians. The results of this study show that financial literacy affects children's education fund planning, while income level does not affect children's education fund planning.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Financial Literacy; Income Level; Children Education; Fund Planning; Children's education fund planning

Penelitian ini menguji pengaruh literasi keuangan dan tingkat pendapatan terhadap perencanaan dana pendidikan anak. Penelitian ini menggunakan teknik Structural Equation Modelling (SEM), dengan program aplikasi Analysis Of Moment Structur (AMOS). Penelitian ini melibatkan orang tua wali siswa di tiga sekolah di Karanganyar sebagai responden. Jumlah responden yang terlibat sejumlah 150 wali siswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perencanaan dana pendidikan anak, sementara tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap perencanaan dana pendidikan anak.

Analisis Keputusan Manajerial Sistem Profit Loss Sharing Terhadap Tingkat NPF Bank Umum Syariah di Indonesia

Maulana Fajar^{1*}, Novita Yuliana¹, Dwi Puji Ratnawati¹, Triana Hasty Kusuma¹

¹ Program Studi Manajemen / Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, Universitas Muria Kudus, Indonesia

*email: maulana.fajar@umk.ac.id

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of analyzing the relevance between the PLS (Profit and Loss Sharing) financing system, which includes mudharabah and musyarakah, and the value of non-performing financing (NPF). The analytical method applied is quantitative analysis using panel data and the Eviews 12 application program. The research data is secondary data sourced from the annual reports of Islamic banks in Indonesia, published from 2012 to 2023. The results of the analysis conclude that mudharabah financing has a significant negative impact on NPF, while musyarakah financing has a significant positive impact on NPF. The analysis also shows that the amount of mudharabah financing is much smaller compared to musyarakah financing, indicating that the potential risk of musyarakah financing is much higher than that of mudharabah financing.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Profit and Loss
Sharing;
Mudharabah;
Musyarakah;
NPF

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis relevansi antara sistem pembiayaan PLS mencakup mudharabah dan musyarakah terhadap nilai pembiayaan bermasalah (*Non Performing Financing*). Metode analisis yang diterapkan adalah metode analisa kuantitatif dengan menggunakan basis data panel dan program aplikasi Eviews 12. Untuk data penelitian bersifat sekunder yang bersumber dari laporan tahunan perbankan syariah di Indonesia yang dipublikasikan mulai dari tahun 2012 hingga 2023. Hasil analisis penelitian menyimpulkan bahwa pembiayaan mudharabah memberikan dampak negatif signifikan terhadap NPF sementara pembiayaan musyarakah memberikan dampak positif signifikan terhadap NPF. Dari hasil analisa yang dilakukan juga terbukti bahwa jumlah pembiayaan mudharabah jauh lebih kecil dibandingkan pembiayaan musyarakah sehingga potensi risiko pembiayaan musyarakah dibandingkan mudharabah jauh lebih tinggi.

Inspiring Change: Social Media Content Impacts Analysis of a Sustainable Fashion Influencer in Indonesia

Fitriyani^{1*}, Dewi Fatmarani Suriyanto²

¹ Program Studi Manajemen Retail / Institut Teknologi dan Bisnis Kalla, Indonesia

² Program Studi Teknik Komputer / Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

*email: fitriya@kallainsitute.ac.id

ABSTRACT

Social media users with large followings are called Social Media Influencers (SMI) who are considered opinion leaders who can use their platforms to spread information and influence the attitudes and behavior of their followers. This research focuses on a fashion influencer on Instagram named @Wiralagabae. This research aims to analyze the social media content of fashion influencers who promote recycled fashion. Themes, messages and strategies used to promote recycling are also analyzed along with the impact of influencer content on public awareness and engagement towards recycled fashion in Indonesia. This research then examines the broader implications of an influencer in encouraging sustainable fashion trends and behavior in Indonesia. This research analyzes 4,542 comments from five @wiralagabae posts with the hashtags #upcycle and #diy in 2023. The process includes scraping, pre-processing, word weighting, then topic modeling using Latent Dirichlet Allocation (LDA), and evaluation. Two scenarios, namely Term Frequency (TF) and Term Frequency-Inverse Document Frequency (TF-IDF) were compared between models with 2 to 9 topics. The results showed that the best model was obtained by using TF-IDF as the LDA corpus with the number of topics were 4 topics which obtained a coherence value of 0.7346. The generated topics are centered on the keywords "unique", "funny", "cool", "bag", "creative", "want", and various emojis. This shows that the topics spread through netizen comments on @wiralagabae's uploads about upcycling are related to unique, creative, and desirable products, with an element of humor or visual appeal.

ABSTRAK

Keywords:
Influencer;
Sustainable
Fashion; Social
Media; Content
Analysis;

Pengguna media sosial dengan jumlah pengikut yang besar disebut Social Media Influencer (SMI) yang dianggap sebagai pemimpin opini yang dapat menggunakan platformnya untuk menyebarkan informasi dan mempengaruhi sikap dan perilaku pengikutnya. Penelitian ini berfokus pada fashion influencer di Instagram bernama @Wiraagabae. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten media sosial fashion influencer yang mempromosikan fashion daur ulang. Tema, pesan, dan strategi yang digunakan untuk mempromosikan daur ulang juga dianalisis beserta dampak konten influencer terhadap kesadaran dan keterlibatan masyarakat terhadap fesyen daur ulang di Indonesia. Penelitian ini kemudian mengkaji implikasi yang lebih luas dari seorang influencer dalam mendorong tren dan perilaku fashion berkelanjutan di Indonesia. Penelitian ini menganalisis 4.542 komentar dari lima postingan @wiralagabae dengan tagar #upcycle dan #diy pada tahun 2023. Prosesnya meliputi scraping, pre-processing,

pembobotan kata, kemudian pemodelan topik menggunakan Latent Dirichlet Allocation (LDA), dan evaluasi. Dua skenario yaitu Term Frekuensi (TF) dan Term Frekuensi-Inverse Document Frekuensi (TF-IDF) dibandingkan antara model dengan 2 sampai 9 topik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model terbaik diperoleh dengan menggunakan TF-IDF sebagai korpus LDA dengan jumlah topik sebanyak 4 topik yang memperoleh nilai koherensi sebesar 0,7346. Topik yang dihasilkan berpusat pada kata kunci “unik”, “lucu”, “keren”, “tas”, “kreatif”, “mau”, dan berbagai emoji. Hal ini menunjukkan bahwa topik yang tersebar melalui komentar netizen pada unggahan @wiralagabae tentang upcycling berkaitan dengan produk yang unik, kreatif, dan diminati, dengan unsur humor atau daya tarik visual.

Pengembangan Konsep *Sustainable City Branding* Kota Pangkalpinang sebagai Kota Kreatif

Dani Fauzi¹, Kunkun Kurniawan¹, Fahry Reza^{2*}

¹ Program Studi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

² Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

*email: fahry.reza@unmuhbabel.ac.id

ABSTRACT

Pangkalpinang City has great potential to develop creative and sustainable city branding by highlighting local advantages such as distinctive cuisine, cultural crafts, and natural tourism potential. This research aims to explore the perspectives of tourism stakeholders on the development of city branding in Pangkalpinang. Using a qualitative approach, data were collected through structured interviews with various key informants. The results indicate that a lack of collaboration among tourism actors and minimal socialization hinder the effective implementation of city branding. Based on these findings, the "Pangkalpinang Creative Taste City" strategy focusing on creative cuisine is recommended for city branding. The implementation of this strategy is expected to enhance competitiveness and attract more tourists.

ABSTRAK

Kata Kunci:
City Branding;
Pariwisata
Kreatif;
Pemasaran
Kota;
Pemasaran
Pariwisata.

Kota Pangkalpinang memiliki potensi besar untuk mengembangkan *city branding* yang kreatif dan berkelanjutan dengan menonjolkan keunggulan lokal seperti kuliner khas, kerajinan budaya, dan potensi wisata alam. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perspektif para pemangku kepentingan pariwisata mengenai pengembangan *city branding* di Kota Pangkalpinang. Menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dengan berbagai informan kunci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya kolaborasi antar pelaku pariwisata dan minimnya sosialisasi menghambat penerapan *city branding* yang efektif. Berdasarkan temuan ini, direkomendasikan strategi Pangkalpinang *Creative Taste City* yang fokus pada kuliner kreatif sebagai branding kota. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak wisatawan.

The Influence of Personality Traits on Unethical Behavior Tendencies of Business Campus Students in Makassar

Anhar Januar Malik^{1*}, Fitriani¹

¹ Program Studi Management Retail / Institute Technology and Business Kalla, Indonesia

*email: anharjm@kallainstitute.ac.id

ABSTRACT

There have been significant improvements regarding the issue of cheating and fraud in the business world. Campuses, as institutions that provide prospective workers, are currently in the spotlight concerning the quality of graduates. Competence is not the only aspect that campuses need to pay attention to; their influence on students' character development and ethical behavior plays an important role. This research aims to determine whether student personality influences students' tendencies to engage in unethical behavior. A quantitative approach was used, testing the relationships between variables. A total of 113 respondents from various business campuses in Makassar participated in this study. Data analysis in stage one, using regression testing, shows that four variables significantly influence ethical behavior. In the second stage of moderation regression testing, the results indicate that only the conscientiousness variable is not moderated by peer support, while the other variables are supported. This demonstrates that peer support plays a crucial role in strengthening and changing the negative relationship between the Big Five personality traits and ethical behavior into a positive one. Social influence theory explains how peer support influences students' personal relationships and their intentions regarding unethical behavior. Future research could further test these findings using samples on a national scale.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Big 5
Personality;
Ethical
Behavior; Peer
Support; Social
Influence;
Moderate.

Terjadi peningkatan yang signifikan terkait isu kecurangan dan fraud pada dunia bisnis. Kampus sebagai salah satu institusi yang menyediakan para calon pekerja saat ini telah banyak menjadi sorotan terkait kualitas lulusan. Kompetensi menjadi bukanlah satu-satunya hal yang perlu diperhatikan kampus, pengaruhnya terhadap pengembangan karakter dan perilaku etis mahasiswa memainkan peran penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keperibadian mahasiswa memiliki pengaruh terhadap kecenderungan mahasiswa melakukan perilaku tidak etis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengujian antar variabel. Sebanyak 113 responden dari berbagai kampus bisnis di Makassar dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini. Analisis data pada tahap 1 yaitu pengujian regresi menunjukkan 4 variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku etis. Pada tahap kedua pengujian regresi moderasi menunjukkan hanya variabel kehati-hatian yang tidak dimoderasi oleh dukungan sejawat,

selebihnya terdukung. Hal ini kemudian menunjukkan bahwa peran dukungan sejawat memainkan peran penting dalam memperkuat dan mengubah hubungan yang negatif menjadi positif antara *Big 5 personality* dan dukungan sejawat. Teori pengaruh sosial menjelaskan bagaimana peran dukungan rekan sejawat mempengaruhi hubungan keperibadian mahasiswa terhadap niat mereka terkait perilaku tidak etis. Penelitian selanjutnya juga dapat menguji temuan ini dengan menggunakan sampel dalam skala nasional.

Pemilu dan Perubahan Harga Saham: Tinjauan *Event Study* atas Volatilitas Pasar dan Abnormal Return

Regita Ariani^{1*}, Aloysius Hari Kristianto¹, Jones Parlindungan Nadapdap¹

¹ Program Studi Manajemen Institut Shanti Bhuana Bengkayang, Indonesia

*email: regita20136@shantibhuana.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to compare the average anomalous returns and stock price volatility before and after a single election cycle. Event study methodology is applied in this work. 14 trading days, or 7 days before and 7 days after the election, were selected as the data period for this study. The IHSG on the stock exchange market is the subject of this study. Descriptive statistical methods and statistical difference tests were used to assess the data. In the meanwhile, the paired sample t test and the one sample t test are used in hypothesis testing. Although the market reacts favorably to one round of elections in Indonesia, the results of the average abnormal return test, which has been tested, indicate that there is a significant difference in abnormal returns (AAR) before and after the event. The one sample t test results indicate a significant abnormal return following the announcement of the one round election event. However, there is no discernible difference in the cumulative average abnormal return (CAAR) before and after the Indonesian one-round election event, according to the findings of the CAAR test that the researchers conducted.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Studi peristiwa; IHSG; abnormal return; dan volatilitas harga saham

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan rata-rata anomali return dan volatilitas harga saham sebelum dan sesudah satu siklus pemilu. Metodologi studi peristiwa diterapkan dalam penelitian ini. 14 hari perdagangan, atau 7 hari sebelum dan 7 hari setelah pemilu, dipilih sebagai periode data penelitian ini. IHSG di pasar bursa menjadi subjek penelitian ini. Metode statistik deskriptif dan uji perbedaan statistik digunakan untuk menilai data. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji paired sample t test dan one sample t test. Meskipun pasar bereaksi positif terhadap satu putaran pemilu di Indonesia, namun hasil uji rata-rata abnormal return yang telah diuji menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara abnormal return (AAR) sebelum dan sesudah peristiwa tersebut. Hasil uji one sample t test menunjukkan adanya abnormal return yang signifikan setelah pengumuman peristiwa pemilu satu putaran. Namun, berdasarkan temuan uji CAAR yang dilakukan para peneliti, tidak ada perbedaan nyata dalam rata-rata keuntungan abnormal kumulatif (CAAR) sebelum dan sesudah pemilu putaran pertama di Indonesia.

Determinan *Green Intellectual Capital Index* Dalam Pengungkapan Emisi Karbon Dan Transparansi Terhadap Kinerja Keuangan

Ivandra Argya Putra^{1*}, Rendy Mirwan Aspirandi¹, Riyanto Setiawan Suharsono¹

¹ Program Studi Akuntansi / Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

*email: ivandraargyap26@gmail.com

ABSTRACT

This research investigates the role of the Green Intellectual Capital Index in influencing carbon emissions disclosure and transparency, and their subsequent impact on the financial performance of 82 energy companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2021-2023. The study finds that while Green Intellectual Capital Index does not exhibit a direct effect on financial performance, carbon emission disclosure positively influence significantly with financial performance, whereas transparency influence insignificantly to financial performance despite with Green Intellectual Capital Index. This suggests that energy companies should prioritize enhancing carbon emission disclosure while reconsidering transparency practices to optimize financial performance. The study underlines the pressing need for increased environmental responsibility within the energy sector. Further research could delve into specific aspects of green intellectual capital or explore other variables impacting financial performance in the energy sector.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Green Intellectual Capital Index; carbon emission disclosure; transparency; financial performance; energy companies

Penelitian ini menyelidiki peran Green Intellectual Capital Index dalam mempengaruhi pengungkapan dan transparansi emisi karbon, serta dampak selanjutnya terhadap kinerja keuangan 82 perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2023. Studi ini menemukan bahwa meskipun Indeks Modal Intelektual Hijau tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan, pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan transparansi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan meskipun dengan Indeks Modal Intelektual Hijau. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan energi harus memprioritaskan peningkatan pengungkapan emisi karbon sambil mempertimbangkan kembali praktik transparansi untuk mengoptimalkan kinerja keuangan. Studi ini menggarisbawahi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan tanggung jawab lingkungan dalam sektor energi. Penelitian lebih lanjut dapat menyelidiki aspek spesifik modal intelektual ramah lingkungan atau mengeksplorasi variabel lain yang berdampak pada kinerja keuangan di sektor energi.

Perbedaan *Abnormal Return* Saham Sebelum dan Sesudah Dilakukan *Artificial Intelligence* (AI) Pada Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Kiki Arista Wahyu Ningtias^{1*}, Retno Endah Supeni, Maheni Ika Sari¹

¹ Manajemen / Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

*email: Kikiaristawahyuningtias@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine any abnormal returns before and after the development of artificial intelligence which was listed on the Indonesian Stock Exchange. This research uses an event study which studies market reactions to an event. Event studies are used to test the information content of an announcement. The population used in this research is banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 5 days before and 5 days after 2021-2024. The data used in this research is secondary data and sample selection used purposive sampling. There were 32 companies as samples with a total of 105 initial data. The analytical method used to test the hypothesis in this research uses the paired sample t-test. The results of this research show that artificial intelligence has a significant effect on abnormal returns.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Abnormal Return;
Event Study;
Artificial Intelligence

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya *abnormal return* saat sebelum dan sesudah pengembangan *artificial intelligence* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan studi peristiwa (*event study*) yang mempelajari reaksi pasar terhadap suatu peristiwa. Studi peristiwa digunakan untuk menguji kandungan informasi dari suatu pengumuman. Populasi yang digunakan dalam penilitan ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 5 hari sebelum dan 5 hari sesudah di tahun 2021-2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*. Terdapat 32 perusahaan sebagai sampel dengan total 105 data diawal. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji *paired sampel t-test*. Hasil dari penilitan ini menunjukkan bahwa *artificial intelligence* berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return*.

Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Byintanshop Di Kota Jember

Novi Anggraeni^{1*}, Muhammad Naely Azhad¹, Rusdiyanto¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

*email: novianggraeni108@gmail.com

ABSTRACT

The fashion industry in Indonesia shows encouraging development and has become one of the industrial sectors that contributes positively to the national economy. One of the fashion business actors in the Jember City area is Byintanshop, which has to compete with other business actors. This research aims to determine and analyse the influence of price perceptions, promotions, and product quality on customer loyalty. The population in this study is Byintanshop customers in Jember City, while the number of samples was determined as 85 respondents and used purposive sampling. To analyse the data, used multiple linear regression analysis. Based on the results of hypothesis testing, it can be stated that price perceptions, promotions, and product quality have a significant effect on customer loyalty.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Persepsi Harga;
Promosi;
Kualitas Produk;
Loyalitas
Pelanggan.

Industri *fashion* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang mengembirakan dan menjadi salah satu sektor industri yang menyumbang kontribusi positif bagi perekonomian nasional. Pelaku bisnis *fashion* di wilayah Kota Jember salah satunya Byintanshop, yang tentunya harus bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Populasi penelitian ini pelanggan Byintanshop di Kota Jember, sedangkan sampel penelitian sebanyak 85 responden. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan bahwa persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh *E-service quality*, *Brand image*, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang di *E-commerce* di Kabupaten Bengkayang

Maria Imaculatha Madu^{1*}, Blasius Manggu¹

¹ Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuna, Indonesia

*email: mariaimaculatha14@gmail.com

ABSTRACT

At this time, internet development is increasingly rapid and has a huge influence on daily life, especially in the world of marketing in e-commerce. With the emergence of the Covid-19 pandemic in 2020, which caused social restrictions and lockdowns in society, this resulted in a lack of activity and communication between individuals. It is through the internet media that allows people to communicate long distances between individuals and even carry out work via the internet such as selling online via e-commerce platforms. This has made the business world develop more advanced and changed activity patterns in the trade industry. This is what makes many trade industry players in Indonesia use the internet to sell using e-commerce such as Shope, Lazada and Tokopedia. In this case the main focus of the research is to analyze and measure the extent of the influence of e-service quality, brand image and product quality on repeat purchase decisions in e-commerce in Indonesia through (Shooper, Lazada and Tokopedia). This research will also involve 110 respondents who are consumers who have made repeat purchases on e-commerce such as Shopee, Lazada and Tokopedia. In Bengkayang Regency. The variables that will be studied are based on the background that has been discussed by the researcher, namely using quantitative methods by collecting data using questionnaires. It is hoped that the results of this research can help provide valuable input to producers who use internet media to market their products.

ABSTRAK

Kata Kunci:
E-service quality; Brand image; Kualitas Produk; dan Keputusan Pembelian Ulang di E-commerce

Pada saat ini perkembangan internet semakin pesat dan sangatlah berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari terlebih dalam dunia marketing di e-commerce. Dengan munculnya pandemi covid-19 ditahun 2020 silam, yang membuat masyarakatadanya pembatasan sosialdan lockdown, hal ini yang membuat kurangnya aktivitas dan komunikasi antar individu. Melalui media internet inilah yang memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi jarak jauh antar individu bahkan melakukan pekerjaan melalui internet seperti berjualan online melalui platform *e-commerce*, hal ini telah membuat dunia usaha semakin berkembang lebih maju dan mengubah pola kegiatan dalam industri perdagangan. Hal ini yang membuat banyak para pelaku industri perdagangan di Indonesia yang menggunakan media internet untuk berjualan menggunakan *e-commerce* seperti Shooper, Lazada dan Tokopedia. Dalam hal ini focus utama penelitian yaitu untuk menganalisis dan mengukur sejauh mana pengaruh *e-service quality*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang di *e-commerce* di

Indonesia melalui (Shoope, Lazada dan Tokopedia). Penelitian ini juga akan melibatkan 110 responden yang merupakan konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian ulang di *e-commerce* seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia. Di Kabupaten Bengkayang. Adapun variabel yang akan diteliti berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas oleh peneliti, yaitu menggunakan metode kuantitatif melalui pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan masukan berharga kepada para produsen-produsen yang menggunakan media internet dalam memasarkan produk.
