

ISSN 2685-3523

e-Journal

Ekonomi Bisnis dan Akuntansi

Universitas Jember



eJEBA	Vol.12	No.1	Hlm. 1-85	Maret 2025	ISSN 2685-3523
--------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------	---------------------------



Semua artikel yang tercetak dalam buku ini telah memenuhi syarat minimum untuk ditetapkan sebagai jurnal nasional online.

Kami mengundang Bapak dan Ibu untuk mengirimkan artikel ke eJEBA yang akan diterbitkan dua kali dalam setahun, pada bulan Maret dan September.

Semua artikel yang dipublikasikan dapat diakses secara online pada url:
<https://ejeba.jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ/index>

Chief Editor : Dr. Arnis Budi Susanto, S.E., M.Si., Universitas Jember.

E-mail : ejeba.feb@unej.ac.id

ISSN 2355-4665 (Paper)

ISSN 2685-3523 (Online)

Informasi Publisher (Paper dan Online)

UPT Penerbitan Universitas Jember

Jalan Kalimantan 37

Kampus Tegalboto - Jember 68121

Tel./Fax: 0331 337 990

UPT Penerbitan Universitas Jember juga menyediakan hardcopy dari eJEBA

Bagian dari buku ini dapat diproduksi ulang dalam bentuk apapun, melalui cetak, cetak foto, atau cara lain tanpa ijin tertulis dari penerbit.



TIM EDITOR eJEBa

Chief Editor	
Dr. Arnis Budi Susanto, S.E., M.Si. Universitas Jember, Indonesia	
Board Editors	
Dr. Adhitya Wardhana, SE., M.Si	Universitas Padjajaran, Indonesia
Dr. Toni Seno Aji, SE., M.E	Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Prof. Dr. Imam Mukhlis, SE, M.Si.	Universitas Negeri Malang, Indonesia
Dr. Kurniaty SE., M.Si.	Universitas Hasanudin, Indonesia
Dr. Ernawati Pasaribu, S.Si., M.E	Sekolah Tinggi Ilmu Statistik Jakarta, Indonesia
Dr. Anton Bawono, S.E., M.Si.	IAIN Salatiga, Indonesia
Prof. Dr. Tamat Sarmidi	Universiti Kebangsaan Malaysia
Section Editor / Copy Editor	
Agus Mahardiyanto, S.E., M.A.	Universitas Jember, Indonesia
Lusiana Ulfa Hardinawati, S.E., M.Si.	Universitas Jember, Indonesia
Rachmania Nurul Fitri Amijaya, M.SEI	Universitas Jember, Indonesia
Husnunnida Maharani, S.E., M.S.A	Universitas Jember, Indonesia
Layout Editor	
Vanya Pinkan Maridelana, SP., MBA	Universitas Jember, Indonesia

DAFTAR ISI

Volume 12 Nomor 1 Maret 2025

Judul-Author	Hal
Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Gorontalo) Putri Ariyanti Latif, Hapsawati Taan, Andi Yusniar Mendo	1-6
Analisis Kinerja Pegawai Bappeda Sidoarjo: Peran Penting Kepemimpinan Transformatif, Disiplin Kerja Avia Asmaul Khusna, Vera Firdaus, Dewi Andriani	7-17
The Role of Financial Distress in Moderating The Relationship Between Financial Leverage and Key Management Compensation in Consumer Cyclical Sector Ginaris Prio Utomo, Afandi Ukik Wahyu Bintang Maulana, Ahmad Rizki Sridadi	18-25
Pengembangan Model Inklusi Green Financing Berdasarkan Tingkat Sustainability Literacy dan Dampaknya Terhadap <i>Green Capability</i> Dewi Ayu Puspita, Nining Ika Wahyuni, Sudarno, Kartika, Oktaviani Ari Wardhaningrum	26-32
Bagaimana Nilai Perusahaan dan Harga Saham Dipengaruhi Preferensi Risiko Perusahaan (<i>A Literature Review</i>) Lioni Indrayani, Martinus Tukiran, Nur Vicky Utami	33-40
The Concept of Social Welfare From The Perspective of Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun Maziyah Mazza Basya, Achsanah Hendratmi, Ririn Tri Ratnasari, Ari Prasetyo	41-49
Analisis SWOT Dalam Optimalisasi <i>Financial Technology</i> di Koperasi Syariah Untuk Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah Sri Cahyaning Umi Salama, Afifah Nur Millatina	50-56
Analysis Analysis of Marketing Mix and Ahlussunnahwaljamaah's Label on The Decisions Roisiyatin, Walma Warisa	57-64
Perubahan Pola Konsumsi Gen Z Sebagai Dampak Digitalisasi Ekonomi Ainul Millah, Muslikhati Muslikhati, Arif Lukman Hakim	65-76
Mapping Trends and Insights in Islamic Sustainable Finance: A Bibliometric Analysis Himmatul	77-85

INDEX BY



Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Gorontalo) (*The Influence of Price on Purchasing Decisions of Indomie Products (Case Study on the Community in Gorontalo City)*)

Putri Ariyanti Latif*, Hapsawati Taan, Andi Yusniar Mendo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo
Gorontalo, Indonesia
Email: putri5_slmanajemen@mahasiswa.ung.ac.id

Abstrak

Harga menjadi salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya pada produk mie instan yang tingkat persaingannya cukup tinggi. Di Kota Gorontalo, berbagai produk mie instan bersaing ketat dalam menawarkan harga yang menarik guna menarik perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Indomie pada konsumen di Kota Gorontalo. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Gorontalo yang pernah membeli produk Indomie, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana yang diolah dengan bantuan program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin harga produk dinilai wajar dan sesuai dengan harapan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Indomie

Abstract

Price is one of the main factors that can influence consumer purchase decisions, especially for instant noodle products, which face significant competition. In Gorontalo City, various instant noodle products are in tight competition, offering attractive prices to capture consumers' attention. This study aims to evaluate the extent to which price influences the purchase decision of Indomie products among consumers in Gorontalo City. The research method used is a quantitative approach with data collection techniques through the distribution of questionnaires using a Likert scale. The population in this study is the people of Gorontalo City who have purchased Indomie products, with a sample size of 100 respondents. Data analysis is performed using simple linear regression, processed with the help of SPSS 22 software. The results show that price has a positive and significant impact on purchase decisions. This means that the more consumers perceive the price of a product as reasonable and in line with their expectations, the higher the likelihood of making a purchase.

Keywords: Price, Purchasing Decision, Indomie

Pendahuluan

Dalam era persaingan global yang semakin ketat, setiap perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Salah satu aspek penting yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan mengembangkan usahanya adalah kegiatan pemasaran. Menurut Taan, H., (2016) Pemasaran merupakan suatu proses yang mencakup perencanaan dan pelaksanaan strategi dalam merancang konsep, menetapkan harga, melakukan promosi, serta mendistribusikan ide, produk, dan jasa guna menciptakan pertukaran yang mampu memenuhi tujuan baik individu maupun organisasi.

Pemasaran bukan hanya sekadar kegiatan menjual produk, melainkan mencakup proses yang kompleks mulai dari mengenali kebutuhan konsumen, mengembangkan produk, menetapkan harga, hingga menyampaikan nilai produk kepada konsumen dengan cara yang efektif. Menurut Taan,

H., (2021) Perencanaan pemasaran merupakan aspek krusial dalam setiap kegiatan bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam memasarkan produk atau jasa. Perencanaan yang matang memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi yang tepat sasaran dan berkelanjutan dalam menghadapi dinamika pasar

Dalam konsep pemasaran, keberhasilan strategi pemasaran sangat bergantung pada sinergi antara empat elemen utama yang dikenal sebagai bauran pemasaran (marketing mix) atau 4P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (distribusi), dan *Promotion* (promosi). Keempat komponen ini harus dirancang secara terpadu agar mampu menarik perhatian konsumen dan membentuk loyalitas terhadap merek. *Product* merujuk pada barang atau jasa yang ditawarkan, termasuk kualitas, desain, fitur, dan varian. *Price* adalah nilai yang harus dibayar konsumen, yang menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kelayakan pembelian. *Place* berkaitan dengan saluran distribusi yang digunakan perusahaan agar produk mudah diakses oleh konsumen. Sementara itu, *Promotion*

melibatkan segala bentuk komunikasi pemasaran seperti iklan, promosi penjualan, dan strategi branding untuk menyampaikan keunggulan produk.

Di antara komponen tersebut, harga merupakan salah satu elemen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini karena harga merupakan indikator langsung yang mudah dikenali dan dijadikan pertimbangan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian. Konsumen akan cenderung membandingkan harga satu produk dengan produk lainnya dalam kategori yang sama, untuk memastikan bahwa mereka memperoleh manfaat atau nilai yang sesuai dengan pengorbanan yang dikeluarkan.

Produk makanan cepat saji seperti mie instan menjadi salah satu kebutuhan pokok yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat Indonesia. Mie instan bukan hanya digemari karena kepraktisannya, tetapi juga karena harganya yang relatif terjangkau serta rasa yang bervariasi dan sesuai dengan selera lokal. Salah satu merek mie instan yang telah mendominasi pasar Indonesia selama puluhan tahun adalah Indomie. Produk ini telah berhasil menempati posisi strategis dalam benak konsumen sebagai merek yang unggul dalam kualitas, inovasi rasa, dan distribusi yang luas. Dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah, Indomie tetap mempertahankan keunggulan kompetitifnya melalui kombinasi antara strategi harga yang tepat dan kampanye pemasaran yang kuat. Namun, meskipun merek Indomie sudah dikenal luas, faktor harga tetap menjadi variabel penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di kalangan masyarakat menengah ke bawah atau kelompok usia muda seperti pelajar dan mahasiswa yang memiliki keterbatasan anggaran.

Kota Gorontalo sebagai salah satu kota berkembang di wilayah timur Indonesia juga mengalami fenomena yang sama terkait tingginya konsumsi mie instan, khususnya produk Indomie. Masyarakat Kota Gorontalo, terutama generasi muda, cenderung memiliki gaya hidup yang serba cepat dan praktis, sehingga memilih produk makanan yang mudah disajikan namun tetap lezat dan terjangkau secara ekonomis. Kondisi ini menjadikan Indomie sebagai salah satu pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan makan sehari-hari. Produk ini mudah ditemukan di berbagai tempat, mulai dari warung kecil, minimarket, hingga supermarket besar. Namun, dalam situasi perekonomian yang fluktuatif, daya beli masyarakat bisa saja terpengaruh oleh perubahan harga. Maka dari itu, penting untuk mengetahui sejauh mana harga menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen terhadap produk Indomie di Kota Gorontalo.

Indomie memiliki berbagai varian rasa yang terus berkembang mengikuti tren dan selera masyarakat. Keanekaragaman varian ini menjadi salah satu kekuatan utama Indomie dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil observasi di berbagai ritel modern di Kota Gorontalo, berikut adalah varian rasa Indomie:

Tabel 1. Varian Rasa Indomie di Kota Gorontalo

Indomie Goreng	Harga
Indomie Goreng Original 80 g	Rp 3.200
Indomie Ayam Geprek 85 g	Rp 3.500
Indomie Rasa Rendang 91g	Rp 3.500
Indomie Goreng Kriuk 8x 90g	Rp 3.500
Indomie Rasa Cakalang 75g	Rp 3.600
Indomie Ayam Panggang 90g	Rp 4.700
Indomie Goreng Aceh 90g	Rp 3.500
Indomie Kuah	Harga
Indomie Ayam Bawang 69g	Rp 3.200
Indomie Soto Mie 70g	Rp 3.300
Indomie Rawon Pedas 75g	Rp 3.300
Indomie Seblak Hot Jeletot 75g	Rp 3.200
Indomie Coto Makasar 75g	Rp 3.400
Indomie Kari Ayam 69g	Rp 3.500
Indomie Soto Koya Nagih 70g	Rp 3.500

Sumber : (Alfamart, Indomaret, Alfamidi, Hypermart, Karsa Utama Kota Gorontalo, 2025)

Kehadiran berbagai varian ini tentunya tidak bisa dilepaskan dari pengaruh kompetitor. Menurut Mendo et al., (2024) Beberapa merek mie instan pesaing juga hadir di pasar Kota Gorontalo dan menjadi alternatif bagi konsumen. Menurut Taan, H., (2017) Harga adalah ukuran atau nilai yang diberikan terhadap barang atau jasa yang ditukar untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan atas barang atau jasa tersebut. Konsumen yang sensitif terhadap harga sering kali membandingkan harga Indomie dengan produk pesaing, sehingga harga bukan hanya mempengaruhi persepsi terhadap merek, tetapi juga berperan dalam keputusan akhir pembelian. Berikut ini adalah daftar beberapa merek mie instan pesaing yang juga beredar di pasar:

Tabel 2. Daftar Harga Mie Instan di Alfamart, Indomaret, Alfamidi, Hypermart, Karsa Utama Kota Gorontalo Tahun 2025

Varian Rasa Produk		
Indomie Goreng Spc 80g		Sedaap Mie Goreng 91g
Harga/Pcs		
Alfamart	Rp 3.100	Rp 3.100
Indomaret	Rp 3.200	Rp 3.100
Alfamidi	Rp 3.200	Rp 3.200
Hypermart	Rp 3.190	Rp 3.390
Karsa Utama	Rp 3.000	Rp 3.100
Varian Rasa Produk		
Sarimi Goreng Ayam Kecap 126g		Supermi Sedaap Goreng 75g
Harga/Pcs		
Alfamart	Rp 4.200	Rp 3.100
Indomaret	Rp 4.400	Rp 3.200
Alfamidi	Rp 4.600	Rp 3.600
Hypermart	Rp 3.990	Rp 3.290
Karsa Utama	Rp 4.750	Rp 3.500

Sumber : (Alfamart, Indomaret, Alfamidi, Hypermart, Karsa Utama Kota Gorontalo, 2025)

Perbandingan harga antara Indomie dan para pesaingnya menunjukkan bahwa sebagian besar produk pesaing menawarkan harga yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor harga menjadi semakin krusial, terutama di tengah meningkatnya variasi merek dan ketersediaan produk. Dengan demikian, untuk mempertahankan pangsa pasar dan loyalitas konsumen, perusahaan perlu memahami bagaimana konsumen memandang harga dalam kaitannya dengan keputusan pembelian mereka.

Peneliti sebelumnya Gunarsih et al., (2021) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bangunan Pelita Jaya. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen mempertimbangkan harga sebagai faktor utama dalam mengambil keputusan pembelian.

Mulyadi, (2022) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dampak harga terhadap keputusan pembelian produk Lapis Talas Kujang Bogor untuk kepentingan usaha waralaba. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Maksudnya, semakin mahal harga produk, maka kecenderungan konsumen untuk membeli akan menurun, dan sebaliknya, semakin terjangkau harga produk, maka kemungkinan untuk dibeli akan semakin besar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Indomie di Kota Gorontalo? Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Indomie oleh konsumen di Kota Gorontalo

Kajian Teori

Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono, (2015) Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen dimulai ketika mereka menyadari adanya kebutuhan atau masalah, kemudian mencari informasi terkait produk atau merek yang relevan, dan akhirnya membuat pilihan berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan. Menurut Taan, H., et al., (2022) Keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan oleh konsumen untuk mencari informasi, mengevaluasi berbagai alternatif pilihan, dan akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian.

Menurut Kotler & Keller, (2016) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi menentukan, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk, layanan, gagasan, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Proses ini sangat dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing

konsumen, sehingga setiap orang cenderung memiliki cara dan kebiasaan berbeda dalam melakukan pembelian.

Harga

Menurut Ramdhani et al., (2020) Harga merupakan unsur penting dalam strategi pemasaran yang memiliki pengaruh langsung terhadap laba perusahaan, karena menentukan jumlah produk yang dapat terjual. Selain itu, harga juga secara tidak langsung berdampak pada efisiensi biaya produksi, sebab volume penjualan berkaitan erat dengan biaya operasional. Oleh karena itu, penetapan harga menjadi keputusan strategis yang sangat krusial bagi kelangsungan dan keberhasilan perusahaan.

Penetapan harga adalah tantangan yang dihadapi perusahaan saat pertama kali menentukan harga produk. Perusahaan dapat mencapai empat tujuan utama dalam proses ini, yaitu: memaksimalkan keuntungan, memaksimalkan pendapatan, meningkatkan pangsa pasar, dan menjadi pemimpin dalam hal kualitas produk. (Taan, H., 2021)

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengkaji hubungan antara beberapa variabel. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang diteliti adalah Keputusan Pembelian (Y), sementara variabel independennya terdiri dari Harga (X). Teknik pengambilan sampel dilakukan secara non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling, serta penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Taro Yamane. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner (angket), observasi, dan dokumentasi.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah dari seluruh masyarakat Kota Gorontalo yang terdiri dari 9 kecamatan (Kota Barat, Duingi, Kota Selatan, Kota Timur, Kota Utara, Dumbo Raya, Hulonthalangi, Sipatana, Kota Tengah) yang berjumlah 207.810 ribu jiwa. Dari jumlah tersebut, sebanyak 100 responden dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Untuk menguji dan menganalisis data, digunakan metode regresi linier sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Keputusan Pembelian (Y): Menurut Samsiyah et al., (2023) keputusan pembelian merupakan hasil dari serangkaian proses pengambilan keputusan yang melibatkan tahapan analisis, evaluasi, serta pemilihan dari berbagai alternatif yang ada, sehingga konsumen dapat menentukan tindakan yang dianggap paling tepat. Indikator-indikator dalam proses ini mencakup desain produk, kualitas produk, serta citra merek yang didukung oleh rekomendasi dari pembeli sebelumnya. Sementara itu, menurut Kotler & Keller, (2016) indikator keputusan pembelian mencakup: (1) Kemantapan terhadap produk, (2) Kebiasaan dalam membeli, (3) Rekomendasi kepada orang lain, (4) Melakukan pembelian ulang

Harga (X1): Berdasarkan Sari, (2021), menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa, atau gabungan keduanya. Harga merupakan salah satu unsur penting yang

dapat dikelola oleh pihak pemasaran dalam mengambil keputusan terkait strategi penetapan harga. Menurut Kotler & Armstrong, (2008) indikator harga meliputi: (1) Akses harga, (2) Kualitas sesuai harga, (3) Daya saing, (4) Harga sebanding manfaat

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah setiap item dalam survei telah valid atau belum (Ghozali, 2012). Suatu pernyataan dianggap valid nilai r hitung pada *Product Moment* (r) lebih besar daripada r tabel (0,361) pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = $N-2$.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

	Pernyataan	Keterangan
Harga (X)	Seluruh pernyataan yang diberikan oleh responden menunjukkan nilai yang melebihi 0,361	VALID
Keputusan Pembelian (Y)		

Sumber: Data Primer diolah SPSS,22 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, validitas variabel harga dan keputusan pembelian menunjukkan bahwa seluruh pernyataan responden memiliki nilai di atas 0,361. Dengan demikian, semua butir dalam kuesioner dinyatakan valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap item yang diuji, dengan menggunakan nilai Cronbach Alpha, di mana standar minimum adalah 0,6 (Ghozali, 2018). Hasil uji menunjukkan nilai Cronbach Alpha keduanya melampaui standar minimum. Ini membuktikan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner tergolong reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Harga (X)	0,962	0,6	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	0,967	0,6	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data Primer diolah SPSS,22 (2025)

Uji Normalitas Data

Setelah melaksanakan uji validitas dan reliabilitas, tahap selanjutnya adalah melakukan uji asumsi klasik, dengan pengujian normalitas data. Pengujian normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, di mana data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) dari standardized residual lebih besar dari tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Adapun hasil dari uji normalitas data yang diperoleh melalui program SPSS 22 disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.15033029
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.041
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.172 ^c

Sumber: Data Primer diolah SPSS,22 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai *asymp.sig* (2-tailed) sebesar 0,172. Karena nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dinyatakan layak untuk penelitian ini.

Linear Regresi Sederhana

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.608	6.351		1.513	.134
Harga	.776	.100	.616	7.733	.000

Sumber: Data Primer diolah SPSS,22 (2025)

Berdasarkan dari tabel di atas dapat dilihat persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 9,608 + 0,776 X$$

Nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 9,608, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel independent (nilai X adalah 0) maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 9,608

Nilai koefisien regresi variabel X (harga) adalah 0,776 bernilai positif, sehingga jika harga mengalami kenaikan 1 nilai, maka keputusan pembelian akan meningkat

Koefisien Determinasi R^2

Uji R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dalam penelitian ini, nilai R -Square digunakan sebagai koefisien determinasi untuk menggambarkan kekuatan hubungan tersebut (Ghozali, 2006)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 ^a	.379	.373	8.192

Sumber: Data Primer diolah SPSS,22 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai dari uji R^2 dalam penelitian ini sebesar 0,379. Hal ini mengindikasikan bahwa harga (X) memberikan pengaruh sebesar 37,9% terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun sisanya, yaitu sebesar 62,1%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Penelitian ini mengajukan hipotesis "Diduga terdapat hubungan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian produk indomie pada konsumen di Kota Gorontalo." Untuk menguji pengaruh variabel Harga (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dilakukan uji t. Nilai t hitung untuk hubungan antara variabel X dan Y disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.608	6.351		1.513	.134
Harga	.776	.100	.616	7.733	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer diolah SPSS,22 (2025)

Berdasarkan hasil analisis, nilai t-hitung untuk variabel harga sebesar 7,733 sedangkan nilai t-tabel pada tingkat signifikansi 5% dan *degree factor* – df sebesar 1,984. Perbandingan kedua nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar daripada nilai t-tabel ($7,733 > 1,984$). Selain itu, nilai signifikansi nilai t-hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Indomie di Kota Gorontalo.

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Harga merupakan salah satu aspek utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Sari, (2021), harga merupakan besaran nilai suatu produk atau layanan yang dinyatakan dalam bentuk uang dan harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkannya. Dalam dunia pemasaran, harga memiliki peran krusial karena mencerminkan nilai dari produk tersebut di mata konsumen. Ketika harga dirasa sebanding dengan kualitas serta terjangkau oleh daya beli konsumen, maka kecenderungan mereka untuk membeli akan lebih besar. Sebaliknya, jika harga dianggap terlalu tinggi atau tidak sesuai dengan manfaat yang ditawarkan, konsumen kemungkinan besar akan mencari alternatif lain. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat menjadi faktor kunci, khususnya dalam industri makanan seperti mie instan.

Dalam penelitian ini, skor capaian untuk variabel harga menunjukkan kategori yang baik. Artinya, harga Indomie dinilai mampu mencerminkan kualitas unggulan yang ditawarkan. Harga tersebut dianggap layak dengan mempertimbangkan kualitas bahan, cita rasa khas, dan

inovasi produk yang terus dikembangkan. Hal ini terlihat dari tingginya angka penjualan Indomie yang mengungguli produk sejenis di pasaran, menjadikannya sebagai salah satu merek favorit konsumen.

Secara umum, harga dapat diartikan sebagai nilai produk yang dinyatakan dalam satuan uang. Dalam bauran pemasaran, harga adalah satu-satunya elemen yang memberikan pendapatan langsung bagi perusahaan, sementara elemen lainnya hanya mendukung nilai tersebut. Selain itu, harga bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan dinamika pasar. Konsumen cenderung mengevaluasi harga dengan manfaat yang mereka terima, dan dalam hal ini, Indomie dinilai memberikan nilai lebih melalui harga yang bersaing. Penetapan harga yang tepat akan mendorong konsumen membuat keputusan pembelian yang memuaskan karena merasa produk tersebut layak dibeli.

Hasil regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga Indomie berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Gorontalo. Artinya, semakin kompetitif harga Indomie, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk membelinya. Oleh sebab itu, produsen dan distributor perlu terus menjaga strategi harga yang kompetitif. Harga yang bersaing tidak selalu berarti lebih murah, namun harus mencerminkan kualitas produk yang diunggulkan. Keunggulan Indomie dalam hal rasa, bahan baku, maupun inovasi varian perlu terus dikomunikasikan agar konsumen semakin percaya dan tertarik untuk membeli.

Dalam pengambilan keputusan pembelian, harga memiliki peran penting tidak hanya sebagai alat alokasi sumber daya, tetapi juga sebagai indikator informasi bagi konsumen. Penetapan harga yang tepat menjadi salah satu faktor penting dalam kesuksesan produk, baik dalam organisasi profit maupun non-profit. Harga adalah satu-satunya elemen pemasaran yang secara langsung menghasilkan pendapatan. Namun, menentukan harga bukanlah hal yang sederhana. Harga yang tinggi dapat menciptakan kesan eksklusivitas, namun juga harus tetap terjangkau. Oleh karena itu, perusahaan harus menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dan situasi ekonomi yang berlaku. Peninjauan harga secara berkala menjadi strategi penting agar tetap kompetitif dan saling menguntungkan antara produsen dan konsumen.

Ketika terjadi perubahan pasar yang berdampak pada strategi harga, perusahaan perlu menyesuaikan harga dengan tetap menjaga keseimbangan antara keuntungan dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, harga yang ditetapkan tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen. Harga yang wajar, kompetitif, dan sesuai dengan kualitas produk akan mendorong keputusan pembelian. Hal ini semakin diperkuat dengan pelayanan yang baik, yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempererat hubungan dengan produsen.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller, (2013), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap di mana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli suatu produk, setelah

melalui berbagai pertimbangan. Keputusan pembelian menjadi bagian penting dari perilaku konsumen, di mana mereka menilai manfaat produk sebelum membeli. Oleh karena itu, strategi harga yang tepat akan meningkatkan daya tarik produk dan mendorong lebih banyak konsumen untuk melakukan pembelian.

Penelitian ini juga didukung oleh pandangan Taan, H., et al., (2022), yang menekankan bahwa harga memiliki pengaruh penting karena setiap penentuan harga akan berdampak berbeda terhadap permintaan pasar. Harga yang kompetitif cenderung menarik lebih banyak konsumen, terutama dalam persaingan yang ketat. Namun, harga yang terlalu murah bisa menimbulkan keraguan terhadap kualitas produk. Maka dari itu, penetapan harga harus dirancang secara sistematis untuk menciptakan keunggulan bersaing. Jika harga ditentukan dengan tepat, maka keunggulan produk akan lebih menonjol, dan mendorong konsumen untuk lebih memilih Indomie dibandingkan produk lain.

Simpulan

Berdasarkan hasil olahan data dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Indomie (studi kasus pada konsumen di Kota Gorontalo), maka diperoleh kesimpulan Harga memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Indomie di Kota Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa apabila harga suatu produk dianggap sesuai dengan harapan atau kemampuan daya beli konsumen, maka kemungkinan untuk melakukan pembelian akan meningkat. Temuan ini menggarisbawahi bahwa harga merupakan salah satu faktor kunci dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Dengan demikian, penerapan strategi harga yang kompetitif dan selaras dengan target pasar dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk meningkatkan jumlah pembelian.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo

Referensi

- Ghozali, I. (2006). *Analisis Multivariate Lanjutan dengan SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi Kese). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & F.Tamengkel, L. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Kedua). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Jilid Kedu). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen and Brand management* (15th Editi). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Mendo, A. Y., Saputra, D. E., & Niode, I. Y. N. (2024). *Peningkatan Produksi dan Pemasaran Usaha Ikan Asap Desa Tongo Kec. Bone Pantai Kab. Bone Bolango*.
- Mulyadi, M. N. (2022). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba*.
- Ramdhani, D., Merida, Hendrani, A., & Suheri. (2020). *Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur)*.
- Samsiyah, S., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, G., Zukar, M., & Adella, N. T. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bandung : CV. Mega Press Nusantara.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Taan, H. (2016). *Peran Riset Pemasaran Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen*.
- Taan, H. (2017). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo*.
- Taan, H. (2021). *Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen*.
- Taan, H. (2021). *Konsep Dasar Perencanaan Pemasaran Dan Proses Penyusunannya*.
- Taan, H., Dukalang, R., & Ismail, Y. L. (2022). *Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia*.
- Taan, H., Kuengo, F. A., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio pada Nengga mobilindo Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 54–65. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14234>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

ANALISIS KINERJA PEGAWAI BAPPEDA SIDOARJO: PERAN PENTING KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, DISIPLIN KERJA, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH SIDOARJO

(ANALYSIS OF BAPPEDA SIDOARJO EMPLOYEE PERFORMANCE: THE IMPORTANT ROLE OF TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP, WORK DISCIPLINE, AND WORK MOTIVATION)

Avia Asmaul Husna, Vera Firdaus*, Dewi Andriani
Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia,
Email: verafirdaus@umsida.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji pengaruh gaya kepemimpinan transformasional, disiplin kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian yang dilakukan penulis untuk menguji hipotesis adalah pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo yang berada di Jl. Sultan Agung No. 13, Gajah Timur, Magersari, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Penelitian ini menggunakan data primer kuisioner yang diolah menggunakan SPSS dengan uji validitas dan uji reabilitas. Hasil yang didapatkan yaitu gaya kepemimpinan transformasional dan disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, sedangkan motivasi kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Kata Kunci: kepemimpinan transformasional, disiplin kerja, motivasi kerja, kinerja pegawai.

Abstract

This study is intended to examine the influence of transformational leadership style, work discipline, and work motivation on the performance of employees of the Sidoarjo Regency Regional Development Planning Agency. This type of research uses a quantitative descriptive research method. The location of the research conducted by the author to test the hypothesis is at the Sidoarjo Regency Regional Development Planning Agency located at Jl. Sultan Agung No. 13, Gajah Timur, Magersari, Sidoarjo District, Sidoarjo Regency, East Java. The number of respondents in this study was 60 people. This study used primary questionnaire data processed using SPSS with validity and reliability tests. The results obtained were that transformational leadership style and work discipline had a positive and significant effect on employee performance, while work motivation did not have a significant effect on employee performance.

Keywords: transformational leadership, work discipline, work motivation, employee performance

Pendahuluan

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) dibentuk untuk mendukung pelaksanaan kegiatan pemerintahan daerah berdasarkan otonomi dan bantuan dalam perencanaan daerah!I. BAPPEDA juga berkontribusi terhadap implementasi visi dan agenda daerah untuk pembangunan berkelanjutan. Berdasarkan dengan kegiatan BAPPEDA, diperlukan pegawai yang terampil, handal, dan dapat dipercaya, sarana dan prasarana yang memadai, peraturan perundang-undangan dan dana yang memadai untuk bekerja keras mencapai visi dan misi tersebut.

Hasil observasi yang dilakukan pada BAPPEDA Sidoarjo, penulis melihat pada sebagian pegawai BAPPEDA, bahwa dalam kinerja pegawai, beberapa pegawai mengalami penurunan kinerja sehingga belum memenuhi standar kerja yang ditentukan. Kegagalan dalam memenuhi

standart kerja kinerja pegawai akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan pegawai kepada masyarakat guna meningkatkan kinerja pegawai. Fenomena gaya kepemimpinan transformasional yaitu beberapa pegawai menganggap pemimpin kurang bisa menginspirasi bawahannya. Hal ini terjadi di BAPPEDA, sebagian pegawai merasa kurangnya inspirasi yang harusnya mereka dapatkan dari pimpinan mereka, sehingga suasana kerja di BAPPEDA terasa begitu monoton, dan pada akhirnya ini sangat berpengaruh pada kinerja pegawai yang kurang maksimal. Variabel lain yang diyakini mempengaruhi rendahnya kinerja pegawai di BAPPEDA adalah kedisiplinan. Kurangnya kesadaran terhadap aturan-aturan yang berlaku di instansi, misalnya terlambat mengikuti apel pagi dan sore hari, hasil kerja pegawai menjadi kurang berkualitas karena masih ada pegawai yang bekerja tanpa melakukan persiapan yang

baik, masih adanya pegawai yang bekerja tidak sesuai deadline dan sering mengobrol. Selain itu, kurangnya dorongan motivasi dalam bekerja yang mengakibatkan penurunan kinerja dan pekerjaan yang sering tertunda. Hal ini akan mengakibatkan dampak negative pada instansi.

Berhubungan dengan fenomena dan permasalahan mengenai penurunan kinerja pegawai perubahan perlu dilakukan agar kinerja mereka dapat ditingkatkan. Penurunan kinerja dapat berdampak negative bagi organisasi dan menghambat pencapaian hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, BAPPEDA perlu menunjukkan profesionalisme dengan meningkatkan kinerja pegawai agar sesuai dengan tujuan organisasi. Dalam konteks ini, terdapat beberapa aspek yang dapat digali untuk meningkatkan kinerja pegawai, antara lain melalui penerapan gaya kepemimpinan transformasional, peningkatkan disiplin kerja, dan motivasi kerja yang tinggi dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Kinerja mencerminkan dampak dari pekerjaan yang terorganisir baik dalam aspek mutu maupun kapasitas. Hal ini sangat berpengaruh terhadap pencapaian pegawai dalam melaksanakan tugasnya dengan penuh tanggung jawab, kejujuran, Kerjasama, dan keterampilan yang memadai (Dia Rachmalia et al., 2024). Untuk mencapai kinerja yang optimal, pegawai perlu memiliki motivasi yang tinggi dalam melaksanakan tugas serta pemaaman yang baik mengenai posisi mereka. Kinerja yang baik mencerminkan tingkat kesuksesan individu dalam menyelesaikan tanggung jawab, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Oleh karena itu, organisasi perlu mengembangkan aspek kinerja pegawai untuk mencapai tujuan dan pertumbuhan yang diharapkan. Kinerja itu sendiri adalah hasil dari usaha yang melibatkan mental dan sikap, yang bertujuan untuk meraih hasil kerja yang maksimal serta memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif (Liana, 2020). Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai, salah satunya adalah gaya kepemimpinan transformasional.

Gaya kepemimpinan transformasional harus memiliki karakteristik yang mampu mengubah ide menjadi kenyataan. Seorang pemimpin transformasional tidak hanya harus mampu menerjemahkan konsep menjadi tindakan nyata, tetapi juga mampu mempengaruhi bawahannya, yang tercermin dalam pola tingkah laku dan kepribadian mereka (Dewi Andriani, 2016). Seorang pemimpin memegang peranan yang sangat krusial sebagai kekuatan dinamis yang mendorong dan mengkoordinasikan para pegawai dalam mencapai tujuan bersama. Peningkatan kinerja pegawai sangat berkontribusi terhadap kemajuan dalam menghadapi kompetisi di lingkungan bisnis yang tidak stabil. Dengan mengandalkan kepemimpinan transformasional, seorang pemimpin mampu mentransfer berbagai nilai penting, seperti dukungan kepada pegawai dan toleransi terhadap resiko. Kepemimpinan transformasional ini tidak hanya mempengaruhi kondisi kerja, tetapi juga berpengaruh terhadap respon pegawai, yang pada gilirannya dapat menyebabkan peningkatan kinerja, ataupun sebaliknya, penurunan kinerja (Opan Arifudin et al., 2020). Selain

gaya kepemimpinan transformasional, salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kinerja pegawai adalah disiplin kerja. Disiplin kerja adalah kemampuan dan komitmen individu untuk mematuhi aturan-aturan yang berlaku di lingkungan sekitarnya (Friska Helvina Vidanarko et al., 2024). Tingkat disiplin pegawai yang semakin tinggi berbanding lurus dengan peningkatan prestasi kerja yang dapat dicapai. Tanpa adanya disiplin yang memadai, akan sulit bagi organisasi pemerintahan untuk meraih kerja yang optimal (Andi Hasryningsih Asfar & Rita Anggraeni, 2020). Disiplin yang baik mencerminkan tingkat tanggung jawab seorang pegawai terhadap tugas yang diembannya. Hal ini tentunya akan mendorong semangat dan gairah kerja, sekaligus mendukung pencapaian tujuan organisasi, pegawai, dan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, setiap atasan berupaya agar bawahan mereka memiliki disiplin yang baik. Seorang atasan dianggap efektif dalam kepemimpinannya jika para bawahannya menunjukkan tingkat disiplin yang tinggi (Sutrisno, 2013). Untuk meningkatkan kedisiplinan yang baik memang merupakan tantangan, mengingatkan banyaknya faktor yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, organisasi berharap bahwa penataan disiplin pegawai yang efektif dapat berdampak positif pada kinerja mereka. Selain gaya kepemimpinan dan disiplin kerja, motivasi kerja juga memainkan peranan penting dalam meningkatkan kinerja pegawai.

Pada umumnya, kinerja yang baik sering kali terkait erat dengan motivasi yang tinggi (Saragih & Simarmata, 2018). Di sisi lain, rendahnya motivasi sering kali berbanding lurus dengan rendahnya kinerja. Kinerja yang optimal merupakan hasil dari interaksi antara motivasi dan ketersediaan sumber daya yang mendukung. Dalam konteks pekerjaan, motivasi menjadi salah satu faktor krusial yang mendorong pegawai untuk mencapai hasil kerja yang baik. Motivasi dapat dipahami sebagai sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu dalam bertindak untuk meraih tujuan (Inzaghi Syazwan Arzuni & Dewi Andriani, 2022). Ketika seorang pegawai termotivasi, ia cenderung berusaha sekuat tenaga untuk mencapai tujuan. Namun, tingginya upaya yang dilakukan belum tentu sebanding dengan hasil kinerja yang tinggi. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan tidak hanya intensitas, tetapi juga kualitas dari upaya tersebut, serta memastikan bahwa semua usaha terfokus pada tujuan organisasi (Dewi & Trihudyatmanto, 2020). Jika pegawai merasa termotivasi dalam menyelesaikan pekerjaan, maka kualitas hasil kerja mereka juga akan meningkat.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya kesenjangan penelitian, pada penelitian sebelumnya yang dapat penulis gunakan sebagai tempat penelitian saat ini. Pada penelitian (Ahmad Rivai, 2020) terdapat celah penelitian, yaitu peneliti menggunakan metode pendekatan asosiatif, sedangkan penelitian saat ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Perbedaan selanjutnya (Ni Putu Pratiwi Irmayanthi & Ida Bagus Ketut Surya, 2020) terdapat celah penelitian tersebut yakni pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling yang didalamnya terdapat teknik sampling jenuh, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik total sampling yaitu seluruh pegawai di Badan Perencanaan

pembangunan Daerah Sidoarjo. Perbedaan selanjutnya (Kitta et al., 2023) terdapat celah penelitian yaitu peneliti menggunakan responden sebanyak 46 pegawai, sedangkan pada penelitian yang dilakukan saat ini menggunakan responden sebanyak 60 pegawai.

Kajian ini menjadi sangat penting pada kajian literatur terdahulu sebagai landasan deskripsi ilmiah, dan kajian ini dapat menimbulkan berbagai kejelasan penelitian. Selain itu, keterbaruan dari penelitian ini adalah belum ditemukan penelitian yang menggabungkan variabel gaya kepemimpinan transformasional, disiplin kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut.

Kajian Teori

A. Gaya Kepemimpinan Transformasional

Gaya kepemimpinan transformasional adalah merupakan kemampuan pemimpin dalam mempengaruhi bawahannya dalam melaksanakan perubahan yang selaras dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Pemimpin dengan gaya ini mampu menggerakkan organisasi menuju arah yang baru dan lebih baik (I Gede Agus Ari Eka Budi Pratama et al., 2020). Kepemimpinan transformasional adalah sebuah pendekatan yang dapat menginspirasi para pengikutnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam tipe kepemimpinan ini, peran dan tuntutan tugas dijelaskan dengan jelas, sehingga menciptakan arahan yang kuat bagi tim (Ahmad Fauzan et al., 2023). Pimpinan transformasional memberikan perhatian yang mendalam terhadap kekhawatiran dan kebutuhan pengembangan para bawahannya. Mereka membantu timnya melihat masalah dari perspektif yang berbeda dan mampu menginspirasi bawahannya untuk berusaha keras mencapai tujuan organisasi (Ardityas Gema Sasongko et al., 2021). Indikator gaya kepemimpinan transformasional merujuk pada (Setria Feri et al., 2020). Indikator gaya kepemimpinan transformasional merujuk pada (Setria Feri et al., 2020), yaitu:

- Kharisma: pemimpin memiliki daya Tarik pribadi yang mampu memengaruhi orang lain
- Visi: seorang pemimpin yang efektif memiliki visi yang jelas mengenai perkembangan masa depan organisasi, yang dapat diterima oleh semua anggota.
- Stimulasi intelektual: pimpinan membimbing anggotanya untuk menjelajahi pengetahuan baru sambil menerapkan pendekatan yang inovatif dalam berpikir dan memecahkan masalah. Selain itu, mereka juga mendorong anggotanya untuk berbagi dan bertukar keterampilan serta pengalaman kerja
- Pertimbangan individual: pimpinan memiliki kepedulian, menghargai kerja keras dan mengatasi keluhan para anggotanya, serta memahami dan memberikan dukungan terhadap kemunduran dan kesulitan yang dihadapi anggotanya

Pemimpin diharapkan dapat meningkatkan kinerja pegawai dengan memberikan inspirasi dan merangsang ide-ide kreatif. Selain itu, pemimpin juga perlu memperhatikan kebutuhan khususnya setiap pegawai, menjadi sosok yang mengayomi, dan mampu mendapatkan

penghormatan dari seluruh anggota timnya (Syukron Sazly & Yolanda Ardiani, 2019). Dalam kinerja pegawai, kepemimpinan transformasional juga memiliki pengaruh yang cukup besar karena pegawai akan merasakan kinerjanya lebih tinggi apabila pemimpinnya mampu memimpin dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang telah menjadi tujuan organisasi (Mariska M. Karundeng et al., 2022). Temuan terdahulu (Agustine Pariesti, n.d.); (Burhanudin & Agus Kurniawan, 2020); (Fauza Pratama et al., 2021) menunjukkan hasil bahwa gaya kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai. Sedangkan pada temuan (Eko Yudhi Setiawan, 2015) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan transformasional tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai.

B. Disiplin Kerja

Disiplin kerja ialah kesadaran dan kemauan seorang untuk menaati segala ketentuan instansi serta aturan yang berlaku sehingga dapat menghasilkan prestasi kerja yang lebih baik (Elmira Deviani et al., 2023). Dengan meningkatkan disiplin kerja pada pegawai dalam bekerja, maka tugas-tugas yang dilakukan oleh pegawai itu sedniri tentunya akan terpenuhi, sehingga tujuan untuk mencapai usaha akan berhasil tercapai (Muhammad Gilang Rizky Taohid et al., 2021). Disiplin menjadi alat yang digunakan seorang pimpinan dalam meningkatkan kesadaran menaati peraturan dan norma sosial yang berlaku (Anggara et al., 2023). Terdapat indikator yang sejalan dengan (Musrifah et al., 2024), yaitu:

- Ketaatan : mengikuti aturan yang berlaku untuk mendapatkan hasil yang baik
- Kehadiran : memulai pekerjaan sesuai pada jam yang telah ditentukan
- Tanggung jawab: menyelesaikan tugas dan tanggung jawab tepat waktu
- Tata cara kerja: digunakan dalam melakukan suatu pekerjaan atau tugas
- Kesadaran bekerja: memulai tindakan tanpa perlu diperintah secara khusus

Tujuan dari disiplin kerja adalah untuk mendorong pegawai agar dapat mematuhi berbagai standar (Putra & Fernos, 2023). Tujuan utamanya adalah untuk mendorong kedisiplinan para pegawai agar tiba di kantor tepat waktu. Oleh karena itu, produktivitas pegawai pada suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kedisiplinan (Wau et al., 2021). Pada temuan terdahulu (Ayer et al., 2016); (Wanta et al., 2022); (Tsuraya & Fernos, 2023) menunjukkan hasil bahwa disiplin kerja memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai. Sedangkan pada temuan (Maharani, Anggi et al., 2022) menunjukkan bahwa disiplin kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

C. Motivasi Kerja

Motivasi kerja adalah sesuatu yang membuat seseorang bekerja dengan cara tertentu, atau setidaknya tidaknya berkembang dengan cara tertentu menjadi pribadi yang mempunyai motivasi tinggi untuk berhasil (M. E. Syahputra et al., 2020). Motivasi kerja merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana mendorong bawahan agar termotivasi agar mau bekerja keras dengan menggunakan kekuatan dan keterampilan yang dimilikinya untuk

mencapai tujuan organisasi (Wirtadipura, 2022). Dapat meyakini bahwa setiap orang termotivasi untuk melakukan sesuatu, sehingga setiap manusia mempunyai motivasi yang kuat, baik internal maupun eksternal, untuk melakukan sesuatu yang penting dibandingkan orang lain (Hakim, 2017). Indikator motivasi kerja merujuk pada (Amalia, 2018), dibandingkan orang lain (Hakim, 2017). Indikator motivasi kerja merujuk pada (Amalia, 2018), yaitu:

- Kebutuhan berprestasi: keinginan untuk bekerja dan berbuat baik agar dapat membawa perubahan bagi diri sendiri, orang lain, dan organisasi
- Kebutuhan berafiliasi: kegiatan yang melibatkan hidup dan bekerja dengan orang lain
- Kebutuhan akan kekuasaan: keinginan untuk mengendalikan dan mempengaruhi situasi dan orang lain untuk mendominasi, mengendalikan dan mempengaruhi orang lain.

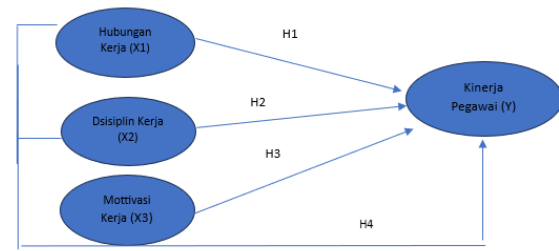
Faktanya, motivasi kerja dapat mendorong pegawai untuk kerja keras sehingga dapat mencapai tujuan utama organisasi (Darmawan, 2022). Hal ini akan dapat meningkatkan kualitas kinerja yaitu motivasi kerja (Neelima Rani Chintalapti, 2021). Pegawai yang bermotivasi tinggi selalu mempunyai semangat atau dorongan untuk bekerja keras, sehingga dapat menimbulkan motivasi dalam diri untuk menyelesaikan pekerjaannya (Wandi, 2022). Pada temuan terdahulu (Rifdah Adilah & Firdaus, 2022);(Oktavia & Firdaus, 2024);(Hakim, 2017) menunjukkan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh kinerja pegawai. Sedangkan pada temuan (Yoga et al., 2019) menunjukkan bahwa motivasi kerja tidak berpengaruh kinerja pegawai.

D. Kinerja Pegawai

Kinerja pegawai adalah hasil kerja individual atau kelompok organisasi, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, dari segi hak, tugas, dan tanggung jawab untuk mencapai tujuan dan organisasi (Mauliza, 2020). Kinerja pegawai menentukan kemajuan organisasi. Kinerja setiap pegawai dapat diukur dari kuantitas dan kualitas kerja yang dihasilkannya (Yolinza & Marlius, 2023). Indikator kinerja pegawai merujuk pada (Alexandro Hutagalung, 2022), yaitu:

- Prestasi kerja: dasar penelitian pegawai dapat diukur dari kuantitas atau kualitas kinerja pekerjaannya
- Kerjasama: pengakuan terhadap sinergi dan Kerjasama pegawai dengan pegawai lainnya
- Keterampilan: penugasan dalam kemampuan pegawai untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan
- Kualitas kerja: menunjukkan keterampilan, ketelitian, keterkaitan hasil kerja dengan tidak mengabaikan volume pekerjaan
- Kuantitas kerja: menunjukkan banyaknya jumlah jenis pekerjaan yang dilakukan dalam suatu waktu sehingga efisiensi dan efektivitas dapat terlaksana sesuai dengan tujuan organisasi

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1 : Gaya Kepemimpinan Transformasional mempunyai pengaruh terhadap kinerja pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Sidoarjo

H2 : Disiplin Kerja mempunyai pengaruh terhadap kinerja pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Sidoarjo

H3 : Motivasi kerja mempunyai pengaruh terhadap kinerja pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Sidoarjo

H4 : Hubungan kerja, disiplin kerja, dan motivasi kerja mempunyai pengaruh terhadap kinerja pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Sidoarjo

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian terletak di Jl. Sultan Agung No. 13, Gajah Timur, Magersari, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur. Adapun populasi yang diteliti mencakup seluruh pegawai di BAPPEDA, yang berjumlah 60 orang. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah total sampling, sehingga jumlah sampel atau responden yang digunakan adalah 60 pegawai BAPPEDA. Sumber data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran angket yang berisi kuisioner kepada para pegawai BAPPEDA. Untuk menganalisis data yang terkumpul, digunakan teknik regresi linier berganda, dan pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 16.

Definisi Operasional

Gaya Kepemimpinan Transformasional

Gaya kepemimpinan transformasional didefinisikan sebagai pimpinan yang mampu menciptakan suasana kerja yang positif di BAPPEDA Sidoarjo (Robertus Gita & Ahyar Yuniawan, 2016). Indikator gaya kepemimpinan transformasional merujuk pada (Setria Feri et al., 2020), yaitu:

- Karisma: pemimpin yang mampu membangkitkan semangat dan mendorong bawahannya untuk lebih memiliki sikap yang tegas saat bekerja
- Visi: pemimpin yang mampu mengarahkan serta membimbing bawahannya untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik
- Stimulasi intelektual: pemimpin yang dapat meningkatkan kreativitas dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis
- Pertimbangan individual: pemimpin yang selalu mempertimbangkan kebutuhan dan potensi setiap pegawai agar dapat mengembangkan kemampuan pegawai secara maksimal

Disiplin Kerja

Disiplin kerja dapat diartikan sebagai sikap dan perilaku pegawai yang mencerminkan kesediaan serta kesadaran untuk mematuhi peraturan yang berlaku di BAPPEDA (Rusydi et al., 2021). Indikator disiplin kerja merujuk pada (Musrifa et al., 2024), yaitu:

- Ketaatan adalah perilaku pegawai di BAPPEDA untuk mengikuti semua aturan yang berlaku di BAPPEDA
- Kehadiran adalah kedatangan dan kepulangan pegawai sesuai dengan jam yang telah ditentukan di BAPPEDA
- Tanggung jawab adalah kewajiban yang harus dilakukan oleh pegawai di BAPPEDA untuk melaksanakan tugas dan komitmen dengan baik
- Tata cara kerja adalah aturan yang wajib di ikuti semua pegawai di bappeda saat mengerjakan tugas atau suatu arahan dalam bekerja
- Kesadaran bekerja adalah kemampuan pegawai untuk fokus dalam mengerjakan tugas yang sedang dilakukan

Motivasi Kerja

Motivasi kerja didefinisikan sebagai suatu kondisi yang mendorong pegawai dalam melakukan kegiatan yang dilakukan sehingga dapat mencapai tujuannya di BAPPEDA (F. P. Syahputra et al., 2023). Indikator motivasi kerja merujuk pada penelitian (Amalia, 2018), yaitu:

- Kebutuhan untuk berprestasi adalah keinginan pegawai untuk dapat mencapai kesuksesan dan melampaui harapan yang lebih baik dibandingkan hasil sebelumnya
- Kebutuhan berafiliasi adalah keinginan dalam menjalin hubungan baik dan berkomunikasi dengan seluruh pegawai di BAPPEDA.
- Kebutuhan kekuatan adalah kemampuan pegawai dalam mempengaruhi rekan kerja untuk memperoleh tujuan yang di inginkan di BAPPEDA

Kinerja Pegawai

Kinerja pegawai didefinisikan sebagai hasil bekerja pegawai yang berdasarkan tugas dan tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan di BAPPEDA (Wariati, 2015). Indikator kinerja pegawai merujuk pada (Alexandro Hutagalung, 2022), yaitu:

- Prestasi kerja adalah hasil kerja yang telah dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas yang telah di berikan
- Kerjasama adalah kemampuan dan kemauan pegawai untuk saling membantu dalam menyelesaikan tugas di BAPPEDA
- Keterampilan adalah kemampuan dan kompetensi yang dimiliki oleh pegawai untuk dapat bekerja dengan baik dan berkontribusi secara efektif di BAPPEDA
- Kualitas kerja adalah pegawai bappeda yang mencerminkan keteraturan, kehati-hatian, kesesuaian hasil pekerjaan tanpa mengabaikan tugas yang harus diselesaikan
- Kuantitas kerja adalah pegawai yang mencerminkan jumlah jenis pekerjaan dan dapat diselesaikan dalam suatu periode waktu, sehingga efisiensi dan

efektivitas dapat tercapai sesuai dengan tujuan di BAPPEDA

Hasil dan Pembahasan

Hasil

A. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel pada pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Sidoarjo dengan menggunakan kusioner Goggle Form yang disebarakan melalui aplikasi WhatsApp. Tinjauan karakteristik dari 60 responden akan diberikan penyajian data karakteristik responden untuk memberikan Gambaran tentang keadaan diri pada responden.

Tabel 1. Deskripsi Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	23	55%
	Perempuan	33	38,3%
Usia	30-40 Tahun	27	38,3%
	41-50 Tahun	26	56,6%
	>51 Tahun	7	88,3%
Lama Bekerja	2-5 Tahun	35	41,6%
	6-9 Tahun	25	58,3%

Berdasarkan data pada tabel 1, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden untuk laki-laki sebanyak 55% atau 23 responden, sedangkan Perempuan sebanyak 38,3% atau 33 responden. Selain itu, kategori usia 30-40 tahun sebanyak 38,3% atau 27 responden, 41-50 tahun sebanyak 56,6% atau 26 responden, >51 tahun sebanyak 88,3% atau 7 responden. Berdasarkan data karakteristik lama bekerja diatas terlihat jika 6-9 tahun lebih banyak dengan jumlah 58,3% dibandingkan dengan yang lama bekeja 2-5 tahun sebanyak 41,6%.

B. Hasil Penelitian

Uji Hipotesisi dan Analisis

Pada penelitian ini analisis data menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Pengukuran uji ini menggunakan SPSS versi 16 dengan jumlah responden sebanyak 60 pegawai yang bekerja di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo sehingga dapat mengukur apakah penelitian ini sudah valid atau belum valid.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Variabel	(r-hitung)	(r-tabel)	Keterangan
Gaya Kepemimpinan Transformasional (X1)	KT.1	0,926	0,2	Valid
	KT.2	0,926	0,2	Valid
	KT.3	0,926	0,2	Valid
	KT.4	0,239	0,2	Valid
	KT.5	0,239	0,2	Valid
	KT.6	0,926	0,2	Valid
	KT.7	0,926	0,2	Valid
	KT.8	0,926	0,2	Valid
Disiplin Kerja (X2)	DK.1	0,926	0,2	Valid
	DK.2	0,926	0,2	Valid
	DK.3	0,855	0,2	Valid
	DK.4	0,855	0,2	Valid
	DK.5	0,671	0,2	Valid
	DK.6	0,671	0,2	Valid
	DK.7	0,671	0,2	Valid
	DK.8	0,855	0,2	Valid
	DK.9	0,855	0,2	Valid
	DK.10	0,855	0,2	Valid
Motivasi Kerja (X3)	MT.1	0,239	0,2	Valid
	MT.2	0,239	0,2	Valid
	MT.3	0,437	0,2	Valid
	MT.4	0,437	0,2	Valid
	MT.5	0,437	0,2	Valid
	MT.6	0,239	0,2	Valid
Kinerja Pegawai (Y)	K.1	0,926	0,2	Valid
	K.2	0,926	0,2	Valid
	K.3	0,239	0,2	Valid
	K.4	0,239	0,2	Valid
	K.5	0,671	0,2	Valid
	K.6	0,926	0,2	Valid
	K.7	0,926	0,2	Valid
	K.8	0,671	0,2	Valid
	K.9	0,671	0,2	Valid
	K.10	0,926	0,2	Valid

Dari hasil uji validitas di atas, ditentukan bahwa instruksi survei untuk variabel X1 dinyatakan valid dan memiliki nilai koefisien korelasi dalam tabel R variabel lain, dan dapat digunakan untuk menyatakan uji ini valid dan mengukur variabel yang di uji.

Uji Reabilitas

Reabilitas mengindikasikan bahwa suatu alat ukur dapat digunakan sebagai sarana pengumpulan data karena kualitas alat tersebut sudah memadai. Uji reabilitas berfungsi untuk mengukur sejauh mana suatu pengukuran dilakukan tanpa adanya kesalahan. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengevaluasi konsistensi jawaban seseorang terhadap item atau pernyataan yang terdapat dalam sebuah kuisioner.

Tabel 3. Uji Reabilitas

Variabel	Composite Reliability
Gaya Kepemimpinan Transformatif (X1)	0,762
Disiplin Kerja (X2)	0,969
Motivasi Kerja (X3)	0,881
Kinerja Pegawai (Y)	0,919

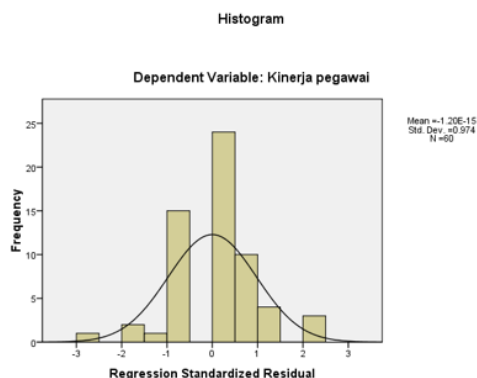
Berdasarkan table diatas data dikatakan reable karena memiliki nilai koefisien reliabilitas Cronbach Alpha yang lebih besar dari pada 0,60, pada variabel gaya kepemimpinan transformasional sebesar 0,762, disiplin kerja sebesar 0,969, motivasi kerja sebesar 0,881, kinerja pegawai sebesar 0,919 yang artinya secara keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

A. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai pengujian apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki data yang terdistribusi normal.

Gambar 1. Uji Norma



Dari hasil pengujian normalitas dengan menggunakan histogram, dapat dilihat bahwa kurva berbentuk lonceng, jadi dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat telah memenuhi persyaratan normalitas data.

1. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.752	2.031		1.847	.070		
	Gaya kepemimpinan Transformatif	.601	.093	.531	6.492	.000	.153	6.555
	Disiplin Kerja	.366	.063	.443	5.786	.000	.174	5.731
	Motivasi Kerja	.133	.074	.068	1.813	.075	.715	1.398

Hasil dari nilai *variance inflation factor* (VIP) variabel gaya kepemimpinan transformasional memiliki nilai 6,555 < 10, untuk variabel disiplin kerja memiliki nilai 5,731 < 10, dan untuk variabel motivasi kerja memiliki nilai 1,398 < 10. Maka, dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari angka 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa untuk penelitian ini tidak terjadi adanya multikolinieritas dalam model regresi.

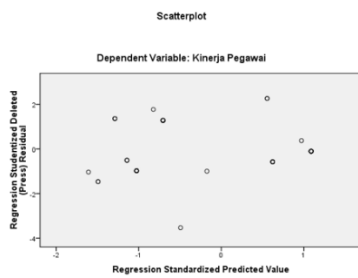
Uji Linieritas

Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan *Test For Linierity* dengan taraf signifikan sebesar 0,5. Sehingga pada hubungan antar variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier jika nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Akan tetapi, jika sebaliknya, maka hubungan antar variabel dapat dikatakan tidak linier. Pengujian data yang dijelaskan di atas bahwa fhitung memiliki nilai 0,103 dengan tingkat signifikansi 0,902 > 0,05, maka model pada regresi memiliki hubungan yang linier antara variabel Gaya Kepemimpinan Transformatif (X1) terhadap variabel Kinerja Pegawai (Y). Fhitung memiliki nilai 4,611 dengan tingkat signifikansi 0,006 < 0,05, maka model pada regresi tidak terdapat hubungan antara variabel Disiplin Kerja (X2) terhadap Kinerja Pegawai (Y). Fhitung 0,268 dengan tingkat signifikansi 0,607 > 0,05 maka model pada regresi memiliki hubungan yang linier antara variabel Motivasi Kerja (X3) terhadap variabel Kinerja Pegawai (Y). Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan pada penelitian ini variabel Gaya Kepemimpinan Transformatif (X1) dan variabel Disiplin Kerja (X2) memiliki hubungan linier terhadap variabel Kinerja Pegawai (Y). Sedangkan variabel Disiplin Kerja (X2) tidak memiliki hubungan yang linier terhadap variabel Kinerja Pegawai (Y).

Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas dapat dilihat melalui grafik, apabila dalam grafik terdapat pola-pola tertentu seperti bergelombang menyempit maupun melebar, maka hal tersebut akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan cara melihat data gambar pada gambar *scatterplot* berikut:

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas



Hasil dari *scatterplot* residual menyebar tidak beraturan (acak) dan tidak memiliki pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.398 ^a	.159	.114	4.977	1.710

Dari data tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai dari Durbin-Watson sebesar 1,710 yang dimana nilai Durbin-Watson berada diantara interval (1,443-2,276), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak ada autokorelasi.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier dalam penelitian ini merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur suatu variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat variabel Gaya Kepemimpinan Transformatif (X1), Disiplin Kerja (X2), Motivasi Kerja (X3) dalam mempengaruhi variabel Kinerja Pegawai (Y) Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo.

Berdasarkan ketentuan persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = variabel terikat/dependent
 X1, X2, dan X3 = variabel bebas/independent
 A = konstanta/kemiringan slope
 b1, b2, dan b3 = koefisien
 e = error term

Uji t (Secara Parsial)

Tabel 6. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.752	2.031		1.847	.070
	Gaya kepemimpinan Transformatif	.601	.093	.531	6.492	.000
	Disiplin Kerja	.366	.063	.443	5.786	.000
	Motivasi Kerja	.133	.074	.068	1.813	.075

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

- a. Gaya Kepemimpinan Transformatif
 Nilai hitung t_{hitung} 6,492 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,672. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,492 > 1,672$) yang artinya ada alasan kuat H_1 diterima H_0 ditolak. Sehingga dengan nilai signifikan ($0,000 < (0,05)$)

dapat diartikan bahwa variabel independent yaitu Gaya Kepemimpinan Transformatif (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Pegawai (Y)

b. Disiplin Kerja

Nilai hitung t_{hitung} 5,786 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,672. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,786 > 1,672$) yang artinya ada alasan kuat H_1 diterima H_0 ditolak. Sehingga dengan nilai signifikan ($0,000 < (0,05)$) dapat diartikan bahwa variabel independent Disiplin Kerja (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Pegawai (Y)

c. Motivasi Kerja

Nilai t_{hitung} 1,813 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,672. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,813 > 1,672$) yang artinya ada alasan kuat H_1 diterima H_0 ditolak. Sehingga dengan nilai signifikan ($0,075 > (0,05)$) dapat diartikan bahwa variabel independent yaitu Motivasi Kerja (X3) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Pegawai (Y)

Uji F (Secara Simultan)

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	697.353	3	232.451	307.756	.000 ^a
	Residual	42.297	56	.755		
	Total	739.650	59			

Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Gaya kepemimpinan Transformatif

Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Hasil dari pengujian secara simultan menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 307,756 sedangkan f_{tabel} pada tingkat kepercayaan signifikan sebesar 5% dan df sebesar $k=3$ dan $df_2=n-k-1$ ($60-3-1 = 56$) maka nilai f_{hitung} sebesar 2,769. Oleh karena itu, f_{hitung} 307,756 lebih besar dari f_{tabel} 2,769 dan table diatas juga menunjukkan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Maka, dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Gaya Kepemimpinan Transformatif (X1), Disiplin Kerja (X2), dan Motivasi Kerja (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Pegawai (Y) Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.971 ^a	.943	.940	.869

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Gaya kepemimpinan Transformatif

Berdasarkan hasil table diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* (R^2) adalah sebesar 0,943. Hal ini dapat disimpulkan bahwa untuk naik turun nya variabel terikat yaitu Kinerja (Y) yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Gaya Kepemimpinan Transformatif (X1), Disiplin Kerja (X2), dan Motivasi Kerja (X3).

Pembahasan

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Pegawai

Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa gaya kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Temuan ini menunjukkan bahwa pemimpin dengan gaya kepemimpinan ini cenderung mampu memberikan inspirasi dan dorongan kepada bawahannya untuk mencapai tujuan bersama. Gaya kepemimpinan transformasional adalah tipe pemimpin yang dapat menginspirasi pengikutnya untuk mengutamakan kepentingan bersama atas kepentingan pribadi. Pemimpin ini memiliki kemampuan yang luar biasa dalam mempengaruhi orang lain. Hasil ini menunjukkan bahwa pemimpin dapat dipercaya untuk menginspirasi bawahannya untuk mencapai kesuksesan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional terhadap kinerja pegawai, didukung oleh penelitian yang sejalan dengan hipotesis pertama (Agustine Pariesti, n.d.); (Burhanudin & Agus Kurniawan, 2020); (Fauza Pratana et al., 2021).

Implikasi teoritis menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional yang dibangun oleh indikator kharisma, visi, stimulasi intelektual, pertimbangan individual. Kontribusi terbesar ada pada indikator kharisma terhadap pegawai, yaitu dimaksudkan mayoritas responden yang sangat setuju bahwa para pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo menilai sangat penting untuk memiliki pemimpin dengan kharisma yang mampu membangkitkan semangat dan mendorong pegawai untuk lebih memiliki sikap yang tegas saat bekerja. Organisasi yang memiliki pemimpin yang berkharisma dapat mendorong pegawainya untuk bekerja dengan sungguh-sungguh. Penelitian ini sejalan dengan temuan dari penelitian sebelumnya (Agustine Pariesti, n.d.) yang menyatakan bahwa gaya kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, didukung oleh teori yang menjelaskan bahwa dengan adanya pemimpin yang dapat menginspirasi dan mendorong bawahannya untuk mencapai hasil yang lebih optimal terkait dengan tujuan dan tugas yang perlu dilaksanakan. Hal ini dapat memperkuat argument bahwa pemimpin yang memiliki visi yang jelas, mampu memberikan inspirasi serta mendorong pegawai dalam meningkatkan kualitas kinerja pegawai. dengan adanya gaya kepemimpinan transformasional, para pegawai akan merasa lebih terinspirasi dan terdorong untuk memberikan kinerja terbaik mereka.

Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa disiplin kerja memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Temuan ini menegaskan bahwa sikap disiplin dalam bekerja sejalan dengan penerapan peraturan dan prosedur yang dirancang untuk mencapai efisien, efektivitas, dan kualitas yang optimal. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan hubungan serupa (Ayer et al., 2016); (Tsuraya & Fernos, 2023); (Heriyanto & Hidayati, 2016). Penelitian ini mengungkapkan bahwa disiplin kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Implikasi teoritis menunjukkan bahwa disiplin kerja terbentuk melalui beragam indikator, seperti ketaatan, kehadiran, tanggung jawab, tata cara kerja, dan kesadaran. Di antara semua indikator tersebut, kehadiran memberikan kontribusi yang paling signifikan, sebagaimana ditunjukkan oleh mayoritas responden yang sangat setuju. Mereka meyakini bahwa disiplin kerja yang kuat memungkinkan organisasi beroperasi dengan lancar dan mencapai tujuan secara efisien. Keyakinan ini mencerminkan bahwa disiplin kerja merupakan nilai yang sangat dihargai oleh banyak individu di lingkungan kerja. Mereka yakin bahwa kehadiran yang didasari oleh disiplin adalah fondasi yang kokoh untuk meraih keberhasilan bersama.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Putra & Fernos, 2023) disiplin kerja yang baik, berperan penting dalam meningkatkan kinerja pegawai, sehingga memberikan mereka peluang untuk mencapai hasil yang maksimal. Ketika pegawai menerapkan disiplin kerja secara konsisten, mereka cenderung menjadi lebih fokus, efisien, dan bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas-tugas mereka. Mempertahankan disiplin terhadap pekerjaan dan organisasi adalah hal yang krusial. Temuan penelitian ini juga mendukung teori yang menyebutkan bahwa kinerja optimal akan berkontribusi pada peningkatan disiplin kerja dalam sebuah organisasi.

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi kerja tidak memiliki dampak signifikan terhadap kinerja pegawai. Temuan ini mengisyaratkan bahwa kinerja yang baik sering kali berkaitan dengan tingkat motivasi yang tinggi, sementara motivasi yang rendah umumnya berhubungan dengan kinerja yang kurang memuaskan. Oleh sebab itu, motivasi kerja menjadi aspek yang krusial dalam konteks pekerjaan. Manusia cenderung lebih termotivasi ketika kebutuhan dan harapan mereka dipenuhi. Dengan memahami pentingnya motivasi dalam suatu organisasi, diharapkan pegawai dapat termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka. Hasil penelitian sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fransiska & Tupti, 2020); (Yoga et al., 2019); (Wirtadipura, 2022).

Implikasi teoritis menunjukkan bahwa motivasi kerja dipengaruhi oleh indikator-indikator seperti kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan berafiliasi, dan kebutuhan akan kekuatan. Dari ketiga indikator tersebut, kontribusi terbesar berasal dari kebutuhan untuk berprestasi. Pendapat ini didukung oleh mayoritas responden yang menyatakan sangat setuju bahwa motivasi kerja yang tinggi dapat meningkatkan kinerja pegawai. sebaliknya, Ketika motivasi kerja rendah, kinerja pegawai juga cenderung menurun.

Kurangnya pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai dapat disebabkan oleh minimnya motivasi antar rekan kerja. Motivasi yang saling mendukung di antara pegawai sangat penting untuk menciptakan proses kerja yang baik. Sebagai contoh, apabila terjadi kesalahan dalam pekerjaan, sebaiknya rekan-rekan memberikan peringatan

yang konstruktif agar pegawai tersebut tidak terus-menerus melakukan kesalahan, yang pada akhirnya dapat berpengaruh negative terhadap kinerjanya.

Simpulan dan Implikasi Penelitian

Simpulan Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kinerja pegawai di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo menjadi permasalahan yang menarik untuk dibahas. Gaya kepemimpinan transformasional dan disiplin kerja terbukti berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja pegawai. Sebaliknya kinerja pegawai tidak sepenuhnya terbangun hanya melalui motivasi kerja. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi motivasi kerja pada pegawai tidak menjamin kinerja pegawai akan semakin meningkat.

Penelitian ini berhasil menyusun suatu medel teori yang menggambarkan nilai-nilai penting dalam gaya kepemimpinan transformasional, disiplin kerja yang konsisten, serta motivasi kerja yang tinggi. Ketiga elemen ini memiliki peran krusial dalam meningkatkan kinerja pegawai. Pimpinan yang mampu mendorong dan menginspirasi, disertai dengan disiplin kerja yang mantap, dapat menciptakan lingkungan yang mendukung kinerja pegawai. Sementara itu, motivasi kerja yang tinggi menjadi kunci untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, ketiga aspek ini bersinergi, mendorong pegawai untuk bekerja secara lebih efektif dan memberikan kontribusi maksimal bagi keberhasilan organisasi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas dukungan selama proses studi, serta Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Program Studi Manajemen atas bimbingan yang diberikan. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada manajemen dan pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo atas kerja sama dan partisipasinya dalam penelitian ini.

Referensi

- Agustine Pariesti. (n.d.). Pengaruh Kompetensi Dan Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Kantor Inspektorat Kabupaten Katingan. *Journal of Environment and Management*.
- Ahmad Fauzan, Zulaspan Tupti, Fajar Pasaribu, & Hasrudy Tanjung. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai dimediasi oleh Komitmen Organisasi. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.978>
- Ahmad Rivai. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Budaya organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3.
- Alexandro Hutagalung, B. (2022). Analisa Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai: Kompetensi, Motivasi Dan Lingkungan Kerja (Penelitian Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 201–210. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.866>
- Amalia, N. M. R. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Tenaga Kerja Dan Sosial Kabupaten Sleman. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 7(6).
- Andi Hasryningsih Asfar & Rita Anggraeni. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Serang. *JBBE: Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(1), 17–29. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v13i1.28>
- Anggara, M. T., Ahluwalia, L., & Suwarni, E. (2023). Penerapan Disiplin Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Pt Sucofindo Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting throught Research and Technology*, 2(2), 47–57.
- Ardityas Gema Sasongko, Hairudinor, & Muhammad Riduansyah Syafari. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Di Mining Support Division PT Kaltim Prima Coal. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(1).
- Ayer, J. E., Pangemanan, L. R. J., & Rori, Y. P. I. (2016). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja pegawai Pada Dinas Pertanian Kabupaten Supiori. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 12(3A), 27. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.12.3A.2016.14285>
- Burhanudin & Agus Kurniawan. (2020). Gaya Kepemimpinan Transaksional dan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Bank BRI Purworejo. *Coopettion: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11.
- Darmawan, S. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Madrasah Aliyah Negeri 3 Palembang. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 208–222. <https://doi.org/10.36546/jm.v10i2.585>
- Dewi Andriani. (2016). Pengaruh Gaya kepemimpinan Transformasional. Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. 'X' Sidoarjo. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan (JBMP)*, 2, 121–140. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v2i2.1098>
- Dewi, S. A., & Trihudiatmanto, M. (2020). Analisis Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBe)*, 2(1), 113–122. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1457>

- Dia Rachmalia, Sumartik, & Dewi Andriani. (2024). Pengaruh Stres Kerja, Disiplin Kerja, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT.X. *COSTING: Journal Of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 3343–3353.
- Eko Yudhi Setiawan. (2015). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional Terhadap Kinerja Karyawan PT.ISS Indonesia Di Rumah Sakit National Surabaya. *E-Jurnal Ilmu Manajemen MAGISTRA*, 1(1), 31–41.
- Elmira Deviani, Puji Isyanto, & Dini Yani. (2023). Implementation Of Work Discipline On The Performance Of KJ Pharmacy Employees. *Journal Integration Of Social Studies And Business Development*.
<https://doi.org/10.58229/jissbd.v1i1.28>
- Fauza Pratana, Winnda Ardiani, & Rizki Putra. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transaksional dan Gaya Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Karyawan dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Moderating pada PT. Bangun Mitra Abadi Medan. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 5.
- Fransiska, Y., & Tupti, Z. (2020). Pengaruh Komunikasi, Beban Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 224–234.
- Friska Helvina Vidanarko, Dewi Andriani, & Vera Firdaus. (2024). Pengaruh Komunikasi Kerja, Disiplin Kerja, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus: Pada Beberapa Minimarket Indomaret di Wilayah Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(3), 336–347.
- Hakim, A. (2017). Kontribusi Lingkungan Kerja, Perilaku Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Balai Wilayah Sungai Sulawesi. *Jurnal Manajemen*, 20(2), 228.
<https://doi.org/10.24912/jm.v20i2.45>
- Heriyanto, H., & Hidayati, S. N. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 6(1), 67.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v6i1.285>
- I Gede Agus Ari Eka Budi Pratama, I Wayan Surtha, & I Gede Aryana Mahayasa. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Pada Graha Kaori Group Di Gianyar (Studi Kasus Pada Unit Usaha Produk Dupa Aromatherapi). *JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.
- Inzaghi Syazwan Arzuni & Dewi Andriani. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi, Kompetensi, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Bina Teknik Sidoarjo. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(9), 3151–3165.
- Kitta, S., Nurhaeda, N., & Idris, M. (2023). Pengaruh Kompetensi, Pengalaman Kerja, Lingkungan Kerja, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 297–309.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.933>
- Liana, Y. (2020). Kompetensi Pegawai, Lingkungan Kerja, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *INSPIRASI: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(2).
- Maharani, Anggi, Tanjung, Hasrudi, & Pasaribu, Fajar. (2022). Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Deli Serdang. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 5(1).
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v5i1.10195>
- Mariska M. Karundeng, Silvy L. Mandey, & Rita N. Taroreh. (2022). Pengaruh Kepribadian Ekstraversi dan Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Pegawai Di Kecamatan Ranowulu Kota Bitung. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10, 1030–1040.
- Mauliza, P. (2020). Pengaruh Pengawasan, Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Pendidikan Kota Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 6(2), 71–81.
<https://doi.org/10.35870/jemsi.v6i2.340>
- Muhammad Gilang Rizky Taohid, R. A. D. Aji Sujai, & N. Nugraha. (2021). Does Work Discipline Affected By The Working Environment And Work Motivation? 5, 13–23. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2021.5.1-2>
- Musrifa, N., Firdaus, V., & Ubaidillah, H. (2024). Komunikasi, Lingkungan Kerja, Disiplin dan Kinerja pada Karyawan PT. Pangan Lestari (Finna Food) Sidoarjo. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 7–14.
- Neelima Rani Chintalapti. (2021). Impact Of Employee Motivation On Work Performance. *ANUSANDHAN - NDIM's Journal Of Business And Management Research*.
<https://doi.org/10.56411/anusandhan.2021.v3i2.24-33>
- Ni Putu Pratiwi Irmayanthi & Ida Bagus Ketut Surya. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Quality Of Work Life dan kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1572–1593.
- Oktavia, C. F., & Firdaus, V. (2024). Pengaruh Kompetensi, Motivasi Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada CV. Faris Collection Tulangan Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 3(1), 1–11.
<https://doi.org/10.47134/innovative.v3i1.15>
- Opan Arifudin, Yayan Sofyan, Fenny Damayanti Rusmana, & Rahman Tanjung. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Transaksional Dengan Kinerja Karyawan BRI Syariah Subang. *Makro, Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(2).
- Putra, G. S., & Fernos, J. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Tenaga Kerja Dan Perindustrian Kota Padang.

- Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2).
- Rifdah Adilah, & Firdaus, V. (2022). Pengaruh Keselamatan Kerja, Motivasi Kerja Dan Dukungan Sosial Terhadap Kinerja Tenaga Kesehatan Melalui Kepuasan Kerja Pada Rs Dkt Sidoarjo Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 12–20. <https://doi.org/10.55606/jimak.v2i1.617>
- Robertus Gita & Ahyar Yuniawan. (2016). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Motiivasi Kerja, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. BPR Arta Utama Pekalongan). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 13, 161–170.
- Rusydi, M., Firman, A., & Mustaking, M. (2021). Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Magister Manajemen Nobel Indonesia (JMMNI)*, 2(3), 473–482.
- Saragih, R. S., & Simarmata, E. M. P. (2018). Kepemimpinan, Kepuasan Kerja dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 124–133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i2.2146>
- Setria Feri, Adi Rahmat, & Bambang Supeno. (2020). Pengaruhh Motivasi, Gaya Kepemimpinan Transformasional, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Studi Pada PT. Champion Kunrnia Djaja Technologie. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Dan Manajemen Indonesia*, 4(1).
- Sutrisno, S. (2013). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil (Studi Di Kantor Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah). *Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).
- Syahputra, F. P., Badri, J., Susanti, F., & Ramafina, S. F. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Tenaga Kerja Dan Perindustrian Kota Padang. *JURNAL ECONOMINA*, 2(5), 1069–1080. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i5.520>
- Syahputra, M. E., Bahri, S., & Rambe, M. F. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Tarukim Labura. *Pamator Journal*, 13(1), 110–117. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.7017>
- Syukron Sazly & Yolanda Ardiani. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Cengkareng Jakarta Barat. *Perspektif*, 17.
- Tsuraya, A. F., & Fernos, J. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Padang. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(2), 259–278. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i2.1654>
- Wandi, D. (2022). Pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap kinerja pegawai. *Jurnal Integrasi Sumber Daya Manusia*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.56721/jisdsm.v1i1.35>
- Wanta, F. T., Trang, I., & Taroreh, R. N. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Inspektorat Kabupaten Minahasa Tenggara Di Masa Pandemi Covid-19. *Junral EMBA*, 10(1), 113–122.
- Wariati, N. (2015). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Kabupaten Barito Timur. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(3).
- Wau, J., Waoma, S., & Fau, F. T. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Camat Somambawa Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 203–212.
- Wirtadipura, D. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Serang. *Desanta Indonesian Of Interdisciplinary Journal*, 3(1).
- Yoga, D., Yulianto, A., Indriyani, A., Setiadi, R., & Khojin, N. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Pusat Statistik (BPS) Brebes. *Jurnal Economics and Management (JECMA)*, 1(1), 1–13.
- Yolinza, N., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di BKPSDM Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(2), 183–203.

The Role of Financial Distress in Moderating The Relationship Between Financial Leverage and Key Management Compensation in Consumer Cyclical Sector

(Peran Financial Distress dalam Memoderasi Hubungan Antara Financial Leverage dan Kompensasi Manajemen Utama di Sektor Siklus Konsumen)

Ginaris Prio Utomo*, Afandi Ukik Wahyu Bintang Maulana, Ahmad Rizki Sridadi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Email: ginaris.prio.utomo-2023@feb.unair.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menyelidiki pengaruh leverage keuangan terhadap kompensasi eksekutif puncak dan bagaimana kesulitan keuangan memediasi hubungan ini. Metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda dan termoderasi diterapkan untuk menguji hipotesis menggunakan data 24 perusahaan siklus konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 hingga 2022. Hasilnya menunjukkan bahwa leverage keuangan secara signifikan dan positif memengaruhi kompensasi manajemen kunci, dan dengan demikian, tingkat utang yang lebih tinggi mengarah pada kompensasi yang lebih tinggi bagi manajer. Hasilnya juga menunjukkan bahwa kesulitan keuangan secara signifikan memoderasi hubungan ini, yang secara negatif mempengaruhi hubungan kompensasi eksekutif dan leverage. Moderasi ini menunjukkan bahwa dalam kesulitan keuangan, perusahaan mungkin mengurangi kompensasi manajemen sebagai respons terhadap peningkatan risiko yang terkait dengan leverage yang tinggi. Temuan ini memberikan wawasan berharga tentang struktur modal dan strategi kompensasi, terutama dalam konteks keuangan yang berbeda, dan memberikan rekomendasi praktis bagi para pemimpin perusahaan dalam merancang gaji eksekutif.

Kata Kunci: Leverage keuangan, Kesulitan keuangan, Kompensasi manajemen kunci, Struktur modal, Efek moderasi.

Abstract

This research investigates the effect of financial leverage on the compensation of top executives and how financial distress mediates this relationship. A quantitative method with multiple and moderated regression analyses was applied to test the hypothesis using the data of 24 consumer cyclical companies listed in the Indonesia Stock Exchange from 2018 to 2022. The results indicate that financial leverage significantly and positively influences the key management compensation, and thus, the higher levels of debt leads to higher compensation for managers. The results also show that financial distress significantly moderates this relation, which negatively affects the linkage of executive compensations and leverage. This moderation suggests that in financial distress, firms might cut down on management compensation as a response to the increased risks associated with high leverage. These findings contribute valuable insights into capital structure and compensation strategies, especially in different financial contexts, and provide practical recommendations for corporate leaders in designing executive pay.

Keywords: Financial leverage, Financial distress, Key management compensation, Capital structure, Moderation effect

Introduction

The COVID-19 pandemic has affected several corporate sectors in the world, and Indonesia is no exception. International companies, in particular have observed an unprecedented disruption in their business operations due to the pandemic (Gurkov, 2022). Data from Indonesia's Central Bureau of Statistics (BPS) shows that the national economy contracted 2.07% year-over-year (yoy) in 2020 compared to 2019. With these economic struggles, many companies' financing decisions have been made to sustain their operations since many have resorted to debt despite

the economic slowdown. The impacts of this economic slowdown were notably felt in consumer cyclical companies, a sector that is very sensitive to economic changes such as the pandemic. A key component of corporate financial management is the use of financial leverage, which represents a firm's reliance on borrowed funds to support its operational and investment activities. Additionally, key management figures, such as CEOs and other executives, play an essential role in strategic decision-making, leading companies to assess compensation policies for these leaders. As noted by Gurkov (2022), increasing managerial compensation during the pandemic served as an effective incentive,

helping managers to creatively guide their companies toward larger objectives that were otherwise difficult to achieve in such challenging times.

According to the literature, it has been widely shown that CEO compensation is one of the most prominent areas of research since the significant boost in CEO pay packages from the 1970s onwards (Frydman & Saks, 2010). Some concerns have been raised about overcompensation as it is often not aligned with firm performance (Cheng & Firth, 2005). Some research works have established a positive relationship between CEO compensation and firm performance (Conyon, 1997; Coughlan & Schmidt, 1985; Frydman & Saks, 2010; Kato et al., 2007; Sheikh et al., 2018), while others show an insignificant relationship (Bebchuk et al., 2002; Jensen & Murphy, 1990). Other studies point out that CEOs can also target private benefits through, for example, empire-building (Garvey, 1997), keeping excess cash (Liu & Mauer, 2011), extracting rents (Bebchuk et al., 2002), and acquiring golden parachutes at the cost of shareholders (Hartzell et al., 2004). Even though political constraints have kept CEO compensation in check, compensation schemes are still far from being properly performance-related (Jensen & Murphy, 1990).

Empirical evidence shows that financial leverage is associated with executive compensation. Lin et al. (2019) and Suherman (2019) documented a positive association between financial leverage and compensation. However, research in Indonesia by Kunaifi et al. (2021) found a negative relationship between financial leverage and top management compensation in family firms. These results suggest that further investigation be conducted regarding the influence of financial leverage on key management compensation. Another concern during this pandemic may be financial distress. Lin et al. (2019) found that financial distress moderates the relationship between financial leverage and executive compensation. Chang et al. (2022) further stated that financial distress, as an independent variable, has a positive influence on key management compensation. Therefore, financial distress can be used as a moderating factor between financial leverage and compensation.

This research centers on consumer cyclical companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) between 2018 and 2022. Such companies are especially vulnerable to economic volatility, with performance often reflecting broader economic trends. The economic disruptions, including challenges from COVID-19, affect the production of a wide range of goods and services, from automotive products and luxury goods to household items and consumer services. As argued above, this study intend to fill the gap of literatures by analyzing the effect of financial leverage on the compensation of top executives and how financial distress moderates this relationship. By focusing on consumer cyclical firms, which are more acutely impacted by macroeconomic trends, this study provides a robust framework for examining the strategic financial responses of companies facing economic challenges. The results of this study may hold some additional value to policies and governance, especially in

developing countries, where firms may feel the most strain to service or repay their debts during shocks.

Theoretical background

Grand Teori

frameworks: the trade-off theory and agency theory. The trade-off theory, first proposed by Modigliani and Miller (1963), suggests that firms aim to strike an optimal balance between debt and equity in order to maximize their overall value. According to this theory, while debt financing provides tax advantages, firms must be cautious about taking on too much debt because of the potential costs associated with bankruptcy. However, research indicates that these direct bankruptcy costs might not fully explain why some firms avoid excessive leverage. As a result, scholars have started to explore the role of indirect bankruptcy costs in shaping capital structure decisions. Titman (1984) developed a model to illustrate how the liquidation of firms producing unique products could be especially costly, not just financially, but also in terms of relationships with employees, customers, and suppliers. In particular, employees with firm-specific skills face a loss in human capital value if a firm goes bankrupt, which in turn affects the firm's approach to borrowing. Building on this idea, Berk et al. (2010) further argue that the costs of financial distress, particularly those related to human capital, could be significant enough to deter firms from taking on substantial debt.

Another theoretical framework is agency theory which introduced by Jensen and Meckling (1976). This theory concerns about conflicts that may arise between the principal or the shareholder and the agent or the manager, where the managers place their utility above those of shareholders, such misalignment can lead to decisions that may not be beneficial to the firm. Regulatory structure within the firm has to be such as to align the incentive and the powers of controls to mitigate such conflicts. Both agency and trade-off theories give a more subtle understanding of how the firms' benefits and costs of debt are balanced, while they control for actions and motivations of their managers.

Financial Leverage

According to Syamsudin cited in Komang et al. (2020), financial leverage refers to the manner in which a firm employs fixed-cost assets or funds in the form of debt to enhance its potential returns on equity. The concept immediately brings forth how a firm can use borrowed funds to finance operations or projects or any other income-generating activity with the hope of generating more earnings compared to what could be achieved by using equity financing alone (Claassen et al., 2023). When a firm employs financial leverage, it assumes the obligation to pay interest on the amount borrowed. On the other hand, when the investments yield returns in excess of the cost of debt, the additional income belongs to the equity holders. Consequently, even though financial leverage can support profitability and lead to greater returns for shareholders, it also gives rise to financial risk especially in scenarios where business performance does not turn out as expected

or economic conditions get worse (Choi and Richardson, 2016). In this aspect, using financial leverage in a judicious manner becomes extremely important to manage both potential gains and associated risks effectively.

Key Management Compensation

According to Oktavia and Paramitha (2021), compensation includes all types of income, both monetary and non monetary, received directly or indirectly by officers as a reward for their services rendered to the organization. Among other things, it includes salary, bonus, benefit, and other types of compensation. For the purpose of this research, key management refers specifically to the board of commissioners and the board of directors; it underscores their respective roles in the governance structure of the company. This difference is because Indonesia has adopted a two-tier board system that clearly separates the supervisory role played by the Board of Commissioners from the management role played by the Board of Directors.

Considering that CEO compensation is a large factor in the general cost pool of a company, it may get influenced by several factors leading into financial decisions and performance of an organization (Kweh et al., 2022; Denis and Sibilkov, 2010). One important factor is financial leverage, defined as the proportion of indebtedness in the financing of the firm's operations and its investments. Highly geared-up financial leverage could, therefore, affect a firm's risk profile and cash flow, to an extent that it would inversely impact compensation levels awarded to its senior executive officers, including the CEO.

Financial Distress

According to Hidayat and Yuniati (2024), financial distress is defined as a condition in which the state of finances of a firm is under crisis, popularly described as an unhealthy financial status. The state of distress indicates that the firm is unable to settle its financial obligations, after which serious consequences may follow, including bankruptcy. In this respect, it is considered that the financial distress assessment is measured by the Altman Z-Score, which is an established measure of a firm's financial health. The Altman Z-Score is a quantitative analysis that classifies firms according to the likelihood of facing financial difficulties. Specifically, when the firm's Z-Score is less than 1.1, the firm is classified as being in a state of financial distress, meaning it has a high risk of bankruptcy or insolvency. On the contrary, a Z-Score of more than 2.6 indicates that the company is in a better state of finance and is not considered to be in financial distress (Tania et al., 2021). This assessment method is very important because it gives the investor and management all clear indications of the risks and a guideline for making informed decisions with regard to strategic actions and interventions in finances.

Profitability

According to Lailiyah and Suryono (2019), profitability refers to the measure of a firm's ability to generate profit by using the assets effectively. This measures how a firm can leverage the available resources under its disposal to

create value, which directly impacts the financial health and sustainability of the firm. Empirical evidence has long established profitability as a major determinant of executive compensation, especially for CEOs. Jensen and Murphy (1990) documented a positive pay-performance sensitivity where the higher the rise in the value of the firm, the higher the increase in CEO's wealth. Similarly, Kato and Kubo (2006) found a positive association between the firms' accounting profitability and CEO cash and bonus payments for Japanese companies.

Other study by Zhou (2000) reported a similar relation for Canadian firms where executive's compensation was found to be positively correlated with the firm performance. In the UK, Ozkan (2011) discovered that cash payoff associated with executive performance, yet this correlation was quite weak when total pay was considered. Moreover, Chen et al. (2015), using the U.S., found that the enactment of the Sarbanes-Oxley Act enhanced pay performance sensitivity, therefore an elevated accounting standard along with a strengthened corporate governance generated better alignment in the compensation of executives along with corporation performance. These findings indicate that profitability is an important factor in the world to design executive compensation in order to align the interests of management and shareholders, particularly through incentive-based compensation structures.

Hypothesis development

Financial leverage and key management compensation

Studies by Lin et al. (2019) and Suherman (2019) give evidence of a positive relationship between financial leverage and key management compensation. These two studies suggested that as a company's leverage increases, so does the remuneration of its key management. This relationship may indicate that firms with higher leverage reward their management to compensate for the greater responsibility and risk associated with debt. Conversely, studies by Adu-Ameyaw et al. (2021) and Kunaifi et al. (2021) demonstrate a negative relationship between financial leverage and key management compensation. In these cases, firms with higher leverage might restrict executive pay as a means of risk mitigation or cost management, especially in financially constrained environments. Given these mixed findings in the literature, this study hypothesizes:

H1: Financial leverage influences key management compensation.

Financial distress in financial leverage and key management compensation

Lin et al. (2019) studied the effect of financial leverage on key management compensation by comparing financially distressed companies with financially healthy ones. The study found that the relationship between debt and key management compensation in financially distressed firms is negative, implying that companies facing financial difficulties may curtail executive pay, probably due to limited resources or plans to restore the company's financial health. Alternatively, Chang et al. (2022) find financial distress as an independent variable positively affecting executive compensation. This implies that under some circumstances financial distress may elicit an

increase in managerial compensation as firms seek to retain experienced captains to steer the ship through troubled waters. Given the said differences with regards to their perspectives, this study proposed the following hypothesis: *H2: Financial distress moderates the effect of financial leverage on key management compensation.*

Research methodology

Data and sample

This research has a quantitative research design, where the relationship among the variables is measured and the hypotheses are tested for generalization. Such quantitative techniques are very apt in financial or management studies where it is important to have objective and quantifiable data to support the management in its decision making process. The sample frame will comprise 141 consumer cyclical companies that are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX), between the years 2018 to 2022. This sector, which is vulnerable to changes in the economy, offers a good environment to examine the relationship between financial leverage and management pay. This use of purposive sampling is a non probability sampling design that involves selecting subjects according to certain values and criteria:

1. Complete financial reports (2018–2022) to ensures consistent reporting for longitudinal analysis.
2. Disclosure of key management compensation which allows direct analysis of compensation as a primary variable.
3. Reports in Indonesia Rupiah (IDR) to voids currency conversion issues for data consistency.
4. Not suspended by IDX, focuses on active, compliant companies with reliable reporting practices.

This study utilizes secondary data with a focus on annual reports and financial statements contained in the IDX website (www.idx.co.id) for the duration of 2018 to 2022. The use of secondary data is also economical and efficient as it eases the process of obtaining by providing ready made standard information that is already verified, which proves useful in conducting statistical studies over the consumer cyclical sector in Indonesia.

Model Analysis

The multiple linear regression analysis is employed by this study to explore the relationships between financial leverage, the control variable return on assets (ROA), and the dependent variable, owing to which key management compensation exists. This would quantitatively allow one to assess the extent of variation in financial leverage and ROA that generates a variation in the compensation received by key management personnel in the companies being studied. The use of Moderated Regression Analysis (MRA) is a strong methodological feature of the study allowing one to examine the moderating role of financial distress on the relationship between financial leverage and key management compensation. An extension of the ordinary least squares regression, MRA aims not just to assess the direct effects of independent variables on the dependent variable, but also to present evidence of possible interactions among those variables. Thus, such a framework is essential for understanding how the impact

of financial leverage on key management compensation could vary depending on the level of financial distress, thus leading to a more explained view of these relationships (Kweh et al., 2022). Below is the following equations related to hypothesis testing in this study:

$$MCOMP_{it} = \alpha + \beta_1 LEV_{it} + \beta_2 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

Description:

$MCOMP_{it}$: Compensation of key management for company i during period t.

LEV_{it} : Financial leverage of company i during period t.

ROA_{it} : Profitability of company i during period t.

α : Constant term.

β : Regression coefficients.

ε_{it} : Error term (residual or prediction error).

$$MCOMP_{it} = \alpha + \beta_1 LEV_{it} + \beta_2 FD_{it} + \beta_1 LEV_{it} \times \beta_2 FD_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

Description:

$MCOMP_{it}$: Compensation of key management for company i during period t

LEV_{it} : Financial leverage of company i during period t.

FD_{it} : Financial distress of company i during period t.

ROA_{it} : Profitability of company i during period t.

α : Constant.

β : Regression coefficient.

ε_{it} : Error (residual or prediction error).

The MRA equation helps to understand interaction effects, shedding light on the connections between financial leverage, financial distress, and important management compensation. The t-test is used to evaluate the partial regression coefficients, determining the influence of each independent variable on the dependent variable. A significant effect is indicated when the significance value is below 0.05, which leads to the rejection of the null hypothesis; conversely, if the significance value is above 0.05, the effect is deemed insignificant. Table 1 presents the variables examined in this study. The study highlights the R^2 test, which measures how much variation in the dependent variable is explained by the independent variables. An R^2 value close to 1 indicates a strong predictive relationship, while a value near 0 suggests a weak one. This analysis sheds light on how financial leverage and profitability, moderated by financial distress, influence key management compensation for companies on the Indonesia Stock Exchange. To ensure model validity, classical assumption tests are also conducted, including normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation checks. Normality is confirmed if the 2-tailed p-value exceeds 0.05, while multicollinearity is absent if tolerance exceeds 0.10 or VIF is below 10

Table 1. Variables measurement

Variable	Operational definition
Financial leverage	Debt to Asset Ratio = $\frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$ x 100%
Key management compensation	The total of short-term incentives, long-term incentives, and post-employment benefits provided to the board of commissioners and directors of the company.
Financial distress	Altman Z Score = 6.56 (Working Capital / Total Assets) + 3.26 (Retained Earnings / Total Assets) + 6.72 (EBIT / Total Assets) + 1.05 (Total Equity / Total Debt)
Profitability	Return on Asset = $\frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$ x 100%

Source: Author's elaboration.

The heteroscedasticity test checks for constant variance in residuals across levels of independent variables. A random distribution of residuals around the zero line on the Y-axis indicates the absence of heteroscedasticity, supporting the reliability of the regression model. Finally, the autocorrelation test assesses whether observations at one time period correlate with those at previous periods. A Durbin-Watson (dw) statistic between -2 and 2 suggests no autocorrelation, confirming that the residuals are independent.

Findings

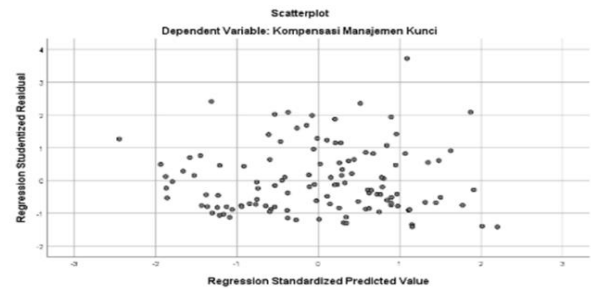
Based on the result of the normality test, the findings are presented in Table 2, which indicates that for Model 1 and Model 2, the data is normally distributed, considering a sig (2-tailed) value greater than 0.05. In addition, the results of the heteroscedasticity tests for Model 1 (without moderation) and Model 2 (with moderation) are presented below in Figures 1 and 2. The scatter plot points in these two figures are scattered both above and below the zero line—a confirmation that the models are not subject to heteroscedasticity. Further, as reflected in Tables 3 and 4, the results of the autocorrelation test for the two models indicate that the Durbin-Watson values fall between -2 and 2. This range satisfies the assumption of no autocorrelation, thus legitimizing the data for further analysis.

Interpretation of the multiple linear regression equation yields the following relationships: Here, it can be observed that the regression coefficient for the variable financial leverage (LEV) is 51.727, indicating that for a single unit increase in financial leverage, key management compensation is expected to rise by 51.727 times. Similarly, the variable profitability (ROA) has a regression coefficient of 625.374, indicating that for one unit increase in profitability, key management compensation will rise by 625.374 times.

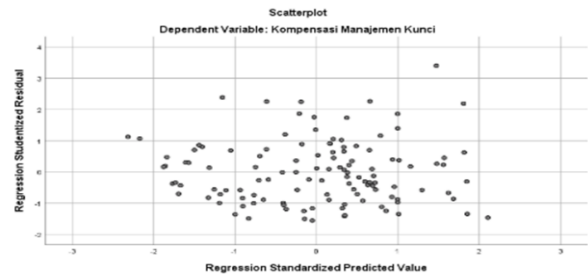
Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Model	Sig 2 tailed value
Model 1 (With Moderation)	0,057
Model 2 (Without Moderation)	0,648

Source: Author's elaboration.

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas Model 1

Source: Author's elaboration.

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas Model 2

Source: Author's elaboration.

As presented in Table 5, partial t-test shows that there is a positive effect of financial leverage on key management compensation significantly: the β value is 0.319, the significance level is 0.000, and the t-statistic is 5.347. Therefore, based on the positive β value, it supports the acceptance of hypothesis H1, hence proving a strong influence of financial leverage on management compensation. As shown in Table 5, the coefficient of determination reports an adjusted R-squared value of 0.598. This value suggests that 59.8% of the variation in key management compensation is explained by financial leverage and profitability jointly, while the rest, 40.2%, is due to factors other than those considered in this study. If moderation is allowed in the analysis, as Table 6 demonstrates, the adjusted R-squared value increases to 0.636. This suggests that 63.6% of the variation in key management compensation can now be explained by financial leverage, financial distress, and profitability, leaving 36.4% to unexamined variables. Selanjutnya, dilakukan review dan kajian terhadap artikel secara mendalam dengan memfokuskan pada hasil penelitian dan jumlah kutipan sitasi artikel terbanyak. Pada akhir penelitian dilakukan perbandingan hasil temuan dari beberapa artikel dan membuat kesimpulan.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi Model 1

Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.778 ^a	.605	.598	2198.508

Source: Author's elaboration.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi Model 2

Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	.649	.636	2091.284

Source: Author's elaboration.

Tabel 5. Hasil Model Regresi Linier Berganda

Variables	Standardized Coefficients (Beta)	T-value	Sig.	VIF
Financial leverage	.319	5.347	.000	1.054
ROA	.785	13.161	.000	1.054

R Square - 0.605
Adjusted R Square - 0.598

Source: Author's elaboration.

Other regression coefficients provide further insight. The financial leverage variable demonstrates a regression coefficient value of 39.269, which means that for each unit increased in financial leverage, key management compensation grows by 39.269 times. On the contrary, the negative regression coefficient of -5.351 is manifested by financial distress-FD. This indicates that when there is an increase in financial distress by one unit, then management compensation will decrease by 5.351 times. Besides, the interaction term between financial leverage and financial distress-FDxLEV manifests a regression coefficient of -9.009. This implies that when FDxLEV increases by one unit, then the compensation for key management will decrease by 9.009 times. Furthermore, profitability, as proxied by ROA, has a positive effect, such that for every unit increase in profitability, key management compensation grows by 703.042 times.

Tabel 6. Hasil Moderated Regression Analysis

Variables	Standardized Coefficients (Beta)	T-value	Sig.	VIF
Financial leverage	.242	3.839	.000	1.032
Financial distress	-.125	-2.043	.043	1.221
Financial leverage x Financial distress	-.220	-3.281	.001	1.471
ROA	.883	13.093	.000	1.487

R Square – 0.649

Adjusted R Square – 0.636

Source: Author's elaboration.

The results of the moderated regression analysis shown by the t-test in Table 6 indicate that the interaction of financial leverage with financial distress (FDxLEV) is statistically significant with $p = 0.000$ much lower than the threshold of 0.05. This suggests that financial distress played the role of a moderator in the relationship between financial leverage and key management compensation, hence providing support to hypothesis H2. Finally, multicollinearity diagnostic as presented on Tables 5 and 6 indicates that multicollinearity is absent because tolerance values are greater than 0.10 and VIF values are below 10. This assures the reliability of the regression model used in this research.

Discussion

Hypothesis 1 proposes that financial leverage influences key management compensation. From multiple regression analysis, it was found that there is a positive association between financial leverage and key management compensation in consumer cyclical companies. Hence, the discovered evidence supports hypothesis 1. From here, it can be interpreted as: consumer cyclical companies with a higher degree of financial leverage tend to pay higher key management compensation. This result is in line with the trade off theory, where, even though high debt levels increase the costs of bankruptcy, high debt levels yield tax benefits by reducing taxable profits through interest expenses. Nazir et al. (2021) therefore argued that management should establish optimum debt ratio that will balance the costs and benefits of debt, so that when management of a company succeeds in obtaining debt efficiently, it is considered to be an achievement. These findings are consistent with the studies conducted by Bertay and Uras (2020), Bouteska et al. (2024), Lin et al. (2019), Liu et al. (2020), and Suherman (2019) which also observed that financial leverage has a strong and positive effects on managerial pay. Third, the study by Chemmanur et al. (2013) shows that leverage positively and significantly affects average employee pay, and that the associated labor costs due to higher leverage may easily outweigh the incremental tax benefits. Again, Kweh et al. (2022) found that both salary and bonus contribute to the positive relation of firm's performance with the compensation of CEOs.

Meanwhile, hypothesis 2 states that financial distress moderates the relationship between financial leverage and management compensation. Results of the study present that, as a predictor variable, financial distress has a substantial negative impact. This negative coefficient means that, when conditions of high financial distress and a high level of financial leverage are present, key management compensation tends to decrease. This reduction occurs because a financially distressed firm with a high level of debt tries to reduce compensation costs. This result is in line with Lin et al. (2019), who also found that

financial distress can moderate the relationship between financial leverage and key management compensation.

The key management compensation is significantly and positively related to the control variable, profitability. In particular, profitability measure which is ROA, substantially affects key management compensation; that is to say, companies with a higher value of ROA, signaling efficiency in using the assets, are prone to rewarding key management for their professional performance. Results such as this correlate with those obtained by Liu et al. (2020) and Bouteska et al. (2024), where the correlation between ROA and executive compensation was positive. Previous empirical studies also concluded that there exist a positive correlation between the performance of the firm and compensation paid to the CEO (Frydman & Saks, 2010; Kato et al., 2007; Sheikh et al., 2018).

Conclusion

The study examines the financial distress-based moderating effect of financial leverage on key management compensation in consumer cyclical companies. Two major contributions have stemmed from this research. First, financial leverage has a positive and significant effect on key management compensation in consumer cyclical firms. An increase in the level of financial leverage will also increase compensation awarded to key management, indicating that higher levels of debt bring with them attention to the increase in managerial compensation. This finding accords with the trade-off theory, which suggests that companies with greater leverage may compensate management more highly because of the benefits and risks associated with additional debt. Secondly, financial distress acts as a moderating effect on the relationship between financial leverage and management compensation. When a company is experiencing financial distress, it not only alters the use of leverage but also how the firm rewards key management. The moderating effect suggests that firms can realign their compensation practices as they gain better financial information about their operations while they pose a greater risk of financial distress with increasing leverage. The ability of financial distress to influence compensation enforces the complicated link between a company's financial structure and the compensation practices for its executives.

This study provides empirical evidence in support of the tradeoff theory, which states that firms weigh the private benefits and social costs of corporate debts with severe emphasis on the aspect of financial distress. Practically, the findings are relevant for managers and decision-makers. Knowledge on how leverage interacts with financial distress to influence management compensation will assist firms in making better decisions with respect to capital structure and executive compensation. What was discussed earlier did not provide an instantaneous account of achievements, such as improving managerial compensation models and organizing results in a straightforward manner. Although such issues are

numerous, discussing just one under this study may also highlight the limitations of this work. The sample for this study is comprised solely of consumer cyclical companies in other sectors. Since other variables did not provide cash compensation decisions, critical variables like market conditions or firm specific characteristics have not been accommodated. Future research could use this study to survey a much larger range of industries and include lots of moderating factors, which could thus convey a much broader outlook on the relationship between financial leverage, financial distress, and executive compensation.

References

- Adu-Ameyaw, E., Danso, A., Acheampong, S., & Akwei, C. (2021). Executive bonus compensation and financial leverage: do growth and executive ownership matter? *International Journal of Accounting and Information Management*, 29(3), 392–409. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-09-2020-0141>.
- Bertay, A. C., & Uras, B. R. (2020). Leverage, bank employee compensation and institutions. *Journal of Banking and Finance*, 111. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2019.105701>.
- Bebchuk, L. A., Fried, J., & Walker, D. (2002). Managerial power and rent extraction in the design of executive compensation.
- Berk, J. B., Stanton, R., & Zechner, J. (2010). Human capital, bankruptcy, and capital structure. *The Journal of Finance*, 65(3), 891–926.
- Bouteska, A., Sharif, T., & Abedin, M. Z. (2024). Executive compensation, risk and performance: evidence from the USA. *Corporate Governance (Bingley)*, 1472–0701. <https://doi.org/10.1108/CG-01-2023-0017>.
- Chang, W. J., Hayes, R. M., & Hillegeist, S. A. (2022). Financial distress risk and new CEO compensation. *Management Science*, 62(2), 479–501. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2146>.
- Chen, H., Jeter, D., & Yang, Y. W. (2015). Pay-performance sensitivity before and after SOX. *Journal of Accounting and Public Policy*, 34(1), 52–73.
- Cheng, S., & Firth, M. (2005). Ownership, corporate governance and top management pay in Hong Kong. *Corporate Governance: An International Review*, 13(2), 291–302.
- Choi, J., & Richardson, M. (2016). The volatility of a firm's assets and the leverage effect. *Journal of Financial Economics*, 121(2), 254–277.
- Claassen, B., Dam, L., & Heijnen, P. (2023). Corporate financing policies, financial leverage, and stock returns. *The North American Journal of Economics and Finance*, 68, 101992.
- Conyon, M. J. (1997). Corporate governance and executive compensation. *International journal of industrial organization*, 15(4), 493–509.

- Coughlan, A. T., & Schmidt, R. M. (1985). Executive compensation, management turnover, and firm performance: An empirical investigation. *Journal of accounting and economics*, 7(1-3), 43-66.
- Denis, D. J., & Sibilkov, V. (2010). Financial constraints, investment, and the value of cash holdings. *The Review of Financial Studies*, 23(1), 247-269.
- Frydman, C., & Saks, R. E. (2010). Executive compensation: A new view from a long-term perspective, 1936–2005. *The Review of Financial Studies*, 23(5), 2099-2138.
- Garvey, G. T. (1997). Marketable incentive contracts and capital structure relevance. *The Journal of Finance*, 52(1), 353-378.
- Gurkov, I. (2022). Total expenses for managerial remuneration in foreign manufacturing subsidiaries during the COVID-19 pandemic: a pilot exploration of applied policies. *Employee Relations: The International Journal*, 44(6), 1504–1515. <https://doi.org/10.1108/ER-01-2022-0016>.
- Hammad, Nuraini, A., & Ahmadun. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 9(2), 113–119. <https://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasi-manajemen>.
- Hartzell, J. C., Ofek, E., & Yermack, D. (2004). What's in it for me? CEOs whose firms are acquired. *The Review of Financial Studies*, 17(1), 37-61.
- Hidayat, W. W., & Yuniati, T. (2024). Determination of Financial Distress in Transportation Equipment Industry: Evidence from Indonesia. *Quality - Access to Success*, 25(199), 262–271. <https://doi.org/10.47750/QAS/25.199.29>.
- Jensen, M. C., & Murphy, K. J. (1990). Performance pay and top-management incentives. *Journal of political economy*, 98(2), 225-264.
- Kato, T., Kim, W., & Lee, J. H. (2007). Executive compensation, firm performance, and Chaebols in Korea: Evidence from new panel data. *Pacific-Basin Finance Journal*, 15(1), 36-55.
- Komang, N., Handayani, R., Rupa, W., Sri, D., & Jayanti, E. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kompensasi Bonus dan Leverage Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, 1(3), 36–41. www.idx.co.id.
- Kunaifi, A., Nareswari, N., & Risyard, B. (2021). Leverage and Executive Pay-Performance of The Indonesian Family Firms. *ADI International Conference Series*, 3(1), 41–47.
- Kweh, Q. L., Tebourbi, I., Lo, H. C., & Huang, C. T. (2022). CEO compensation and firm performance: Evidence from financially constrained firms. *Research in international business and finance*, 61, 101671.
- Lailiyah, M. Q. & Suryono, B. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kompensasi Bonus, Dan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Ada DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol 8(No 10).
- Lin, H. C., Liang, S. H., Chiu, S. C., & Chen, C. Y. (2019). Leverage and employee compensation – the perspective of human capital. *International Journal of Managerial Finance*, 15(1), 62–78. <https://doi.org/10.1108/IJMF-11-2017-0247>.
- Liu, Y., & Mauer, D. C. (2011). Corporate cash holdings and CEO compensation incentives. *Journal of financial economics*, 102(1), 183-198.
- Liu, S., Qi, H., & Xie, Y. A. (2020). Executive compensation and capital structure. *Applied Economics*, 52(8), 825–838. <https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1659927>.
- Meckling, W. H., & Jensen, M. C. (1976). Theory of the Firm. *Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*.
- Nazir, A., Azam, M., & Khalid, M. U. (2021). Debt financing and firm performance: empirical evidence from the Pakistan Stock Exchange. *Asian Journal of Accounting Research*, 6(3), 324–334. <https://doi.org/10.1108/AJAR-03-2019-0019>.
- Oktavia, R. ;, & Paramitha, M. (2021). PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN MANAJERIAL, LEVERAGE, KOMPENSASI BONUS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Ozkan, N. (2011). CEO compensation and firm performance: An empirical investigation of UK panel data. *European Financial Management*, 17(2), 260-285.
- Sheikh, M. F., Shah, S. Z. A., & Akbar, S. (2018). Firm performance, corporate governance and executive compensation in Pakistan. *Applied economics*, 50(18), 2012-2027.
- Suherman. (2019). Pengaruh Kompensasi Eksekutif terhadap Hutang: Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas100. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 94–99. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i1.3107>.
- Tania, S., Pratiwi, L. N., & Laksana, B. (2021). Prediksi Kebangkrutan Menggunakan Metode Altman Z-Score Modifikasi pada PT Inti (Persero). *Indonesian Journal of Economics and Management*, 1(3), 628–633.
- Titman, S. (1984). The effect of capital structure on a firm's liquidation decision. *Journal of financial economics*, 13(1), 137-151.
- Zhou, X. (2000). CEO pay, firm size, and corporate performance: evidence from Canada. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économie*, 33(1), 213-251.

PENGEMBANGAN MODEL INKLUSI GREEN FINANCING BERDASARKAN TINGKAT SUSTAINABILITY LITERACY DAN DAMPAKNYA TERHADAP GREEN CAPABILITY (DEVELOPMENT OF A GREEN FINANCING INCLUSION MODEL BASED ON LEVEL OF SUSTAINABILITY LITERACY AND ITS IMPACT ON GREEN CAPABILITY)

Dewi Ayu Puspita, Nining Ika Wahyuni, Sudarno, Kartika, Oktaviani Ari Wardhaningrum*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

Jember, Jawa Timur, Indonesia,

Email: oktaviani.ariw@unej.ac.id

Abstrak

Pemerintah telah berkomitmen untuk mendukung UMKM yang ramah lingkungan melalui kebijakan *green financing*. Dengan kebijakan ini, diharapkan dapat meningkatkan *green capability* para pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan solusi guna meningkatkan akses UMKM terhadap *green financing* dengan mempertimbangkan tingkat *sustainability literacy*. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis dan menguji pengaruh *sustainability literacy* terhadap *green capability* UMKM dengan mempertimbangkan tingkat inklusi *green financing*. Objek penelitian adalah UMKM sektor agribisnis di wilayah Tapal Kuda, menggunakan data primer yang diperoleh dari survei kuesioner terhadap 70 pelaku UMKM. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sustainability literacy* berpengaruh signifikan terhadap *green capability*, sementara *green financing* secara signifikan mengintervening hubungan antara *sustainability literacy* terhadap *green capability*. Hasil penelitian ini mengisyaratkan perlunya kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, bank, pelaku UMKM, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk terus meningkatkan kerja sama agar program *green financing* ini dapat menjadi solusi bagi UMKM dalam menangani isu keberlanjutan.

Kata Kunci: *Green Capability, Green Financing, Sustainability Literacy, UMKM*

Abstract

The government is committed to supporting environmentally-friendly SMEs through green financing policies. With this policy, it is hoped to enhance the green capabilities of SME players. This research aims to find solutions to improve SMEs' access to green financing while considering the level of sustainability literacy. Therefore, this research analyzes and tests the influence of sustainability literacy on SMEs' green capability by considering the level of green financing inclusion. The research object is SMEs in the agribusiness sector in the Tapal Kuda area, using primary data obtained from a questionnaire survey of 70 SME players. The research method uses a quantitative approach. The research results show that sustainability literacy significantly influences green capability, while green financing significantly intervenes in the relationship between sustainability literacy and green capability. The results of this research imply the need for collaboration among various parties, including the government, banks, SME players, academics, and other stakeholders to continuously improve cooperation so that this green financing program can become a solution for SMEs in addressing sustainability issues.

Keywords: *Green Capability, Green Financing, SMEs, Sustainability Literacy*

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju memiliki dampak yang signifikan terhadap lingkungan (Iskandar & Aqbar, 2019). Kegiatan bisnis yang tidak memperhatikan dampak lingkungan dapat menyebabkan sejumlah masalah serius dan merugikan bagi ekosistem global. Program ramah lingkungan tersebut sangat dibutuhkan dengan adanya kondisi lingkungan yang saat ini kerap terjadi mengingat bahwa kerusakan lingkungan dapat

dipicu dari banyak aktivitas. Kegiatan tersebut dapat meningkatkan pemanasan global, pencemaran sungai dan laut, dan juga menyebabkan lapisan ozon yang semakin menipis. Bentuk respon dari adanya *Global Warming* adalah kegiatan yang ramah lingkungan yaitu *Green capability* yang dijalankan oleh sektor perbankan. Meskipun perusahaan atau sektor perbankan tidak memberikan pengaruh atau dampak yang secara langsung terhadap lingkungan, akan tetapi keikutsertaan perbankan dalam menjaga kondisi lingkungan sangat dibutuhkan

(V.A.R.Barao, et al., 2022). Pengembangan *green capability* dianggap salah satu solusi mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Pendidikan dan kesadaran lingkungan adalah aspek penting dalam mengembangkan *green capability*. Beberapa penelitian menunjukkan *sustainability literacy* adalah prasyarat untuk membangun *green capability*. Pendidikan, pelatihan, dan pemahaman mengenai *sustainability literacy* mampu membantu individu dan organisasi memahami pentingnya praktik berkelanjutan dan bagaimana penerapannya. Kepemimpinan yang proaktif dan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, penting dalam mengembangkan *green capability*.

Pengaruh *sustainability literacy*, yang mencakup pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan dengan mempertimbangkan aspek lingkungan, terhadap *green capability* telah diuji. Hasil analisis menunjukkan bahwa *sustainability literacy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *green capability* ($p\text{-value} = 0,151$). Hal ini menunjukkan tingkat *sustainability literacy* yang rendah, yang membuat perusahaan kurang siap untuk mengimplementasikan *green capability*. Hasil penelitian ini mendorong perlunya pengembangan program literasi keuangan yang fokus pada aspek-aspek keuangan berkelanjutan. Ini dapat membantu masyarakat menjadi lebih siap untuk berpartisipasi dalam investasi dan pengelolaan keuangan yang mendukung tujuan lingkungan. Rendahnya *sustainability literacy* menjadi tanggung jawab bersama dan penting untuk memerangi perubahan iklim dan mencapai masa depan yang lebih berkelanjutan.

Sustainability literacy mendorong perusahaan memanfaatkan sumber-sumber *green financing*. Pengetahuan akan adanya akses *green financing* dapat mengimplementasikan proyek hijau yang lebih efektif dan efisien sehingga *green capability* mampu diimplementasikan. Komitmen pemerintah mendukung kegiatan ramah lingkungan dituangkan dalam POJK No 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten dan Perusahaan Publik dan PBI No 14/15/PBI/2012 tentang Penilaian Kualitas Aset Bank Umum. Hal itu merupakan upaya pemerintah dalam mendorong digulirkannya pembiayaan hijau (*green financing*) oleh pihak perbankan.

Green financing adalah skema pembiayaan atau pemberian pinjaman kepada pelaku usaha yang ramah lingkungan (Yuliawati et al., 2017). *Green financing* merupakan skema pembiayaan yang diberikan oleh perbankan kepada UMKM yang menerapkan bisnis berkelanjutan, juga telah diuji pengaruhnya terhadap *green capability* UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa *green financing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *green capability* ($p\text{-value} < 0,05$). Ini menegaskan bahwa kebijakan *green financing* oleh perbankan dapat mendorong UMKM untuk mengembangkan produk yang ramah lingkungan dan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola

aspek-aspek berkelanjutan dalam bisnis mereka. Kolaborasi dan integrasi antara sektor keuangan dan inisiatif kapasitas berkelanjutan akan menjadi kunci dalam mencapai tujuan keberlanjutan di masa depan. Porsi *Green Financing* Perbankan tahun 2022 yang disalurkan oleh BNI sebesar 28,5%, BCA sebesar 25,4%, dan Bank Mandiri 24,9% dari total kredit yang disalurkan. BRI yang membukukan portofolio pembiayaan hijau hingga Rp 657,1 triliun atau 65,5 persen dari total kredit yang disalurkan.

Inklusi *green financing* tidak dapat dibebankan kepada pihak perbankan semata. Seperti halnya jenis pembiayaan lainnya, rendahnya literasi masyarakat terkait *green financing* menjadi salah satu penghambat akselerasi jenis pembiayaan ini. Berbagai model inklusi *green financing* disesuaikan dengan tingkat literasi keberlanjutan (*sustainability literacy*). *Green financing* dapat membantu menghilangkan kendala pendanaan dalam kegiatan ramah lingkungan, mendorong perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif, dan mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Penambahan kemampuan bidang permodalan diharapkan menjadi penyokong bagi peningkatan kemampuan UMKM berkinerja lebih baik, termasuk dalam memenuhi tantangan tanggung jawab atas lingkungannya (Rehman et al., 2022). Hal ini juga dapat merangsang peralihan konsumsi energi ke sumber energi terbarukan dan meningkatkan jumlah proyek lingkungan yang dijalankan di berbagai negara. *Green financing* dapat memberikan manfaat bagi lingkungan dan pertumbuhan ekonomi.

Dalam upaya mengembangkan UMKM untuk memenuhi tuntutan menjadi bisnis yang berkelanjutan, sangat penting untuk mengidentifikasi kemampuan mereka untuk memperoleh *green financing* dari bank-bank. Menurut data dari lembaga UMKM pada tahun 2022, sektor agribisnis di Jawa Timur menyumbang 17% dari semua UMKM. Mengingat potensi besar di wilayah Tapal Kuda di bidang agribisnis, berbagai kebijakan sedang dikejar untuk mengembangkannya menjadi bisnis yang berkelanjutan yang dapat diandalkan. Dalam keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya *sustainability literacy* dan *green financing* dalam mendukung UMKM menuju bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan khususnya di daerah Tapal Kuda.

Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah *sustainability literacy* berpengaruh terhadap *green capability* dan tingkat inklusi *green financing* berpengaruh terhadap hubungan *sustainability literacy* dan *green capability* pada UMKM. Berdasarkan hal tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *sustainability literacy* terhadap *green capability* dengan *green financing* sebagai variabel intervening.

Kajian Teori

Sustainability Literacy

Literasi berasal dari Bahasa latin “literatus” yang artinya orang yang sedang belajar. Dalam arti luas literasi

diartikan sebagai kemampuan individu untuk menggunakan segenap potensi dan *skill* dalam hidupnya. keberlanjutan memiliki arti suatu proses pembangunan yang mengutamakan manfaat dari sumber daya alam dan sumber daya manusia dengan menyerasikan sumber daya alam dan manusia dalam pembangunan. Konsep ini muncul karena banyaknya masalah lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan industri. Konsep ini merubah paradigma berpikir dari manusia yang sebelumnya berpikir hanya dalam bidang ekonomi menjadi paradigma menyeluruh yang terdiri dari paradigma lingkungan dan ekonomi. Literasi keberlanjutan ini terdiri dari dua paradigma yaitu literasi lingkungan dan literasi keuangan.

a. Literasi Lingkungan

Literasi lingkungan adalah pemahaman seseorang mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan lingkungan termasuk mengetahui permasalahan lingkungan, memberikan solusi serta menanggulangnya (Santoso *et al.*, 2021). Literasi lingkungan dapat diartikan sebagai suatu bentuk kesadaran atau kepedulian terhadap lingkungan yang ada. Literasi lingkungan dalam hal lain merupakan pengetahuan yang penting untuk memahami pergaulan dan sikap kepedulian.

b. Literasi Keuangan

Menurut (Fu'adi & Anisa, 2022) mengungkapkan literasi keuangan (*financial literacy*) merupakan pengetahuan dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan pribadi dan pemahaman keuangan mengenai tabungan, asuransi, dan investasi.

Green Financing

Green financing merupakan suatu skema pembiayaan atau pemberian pinjaman kepada pelaku usaha yang ramah lingkungan. Berdasarkan peraturan Pemerintah untuk dapat menerima pembiayaan dengan skema *green financing*, pelaku usaha harus memenuhi persyaratan 3R (*reduce, reuse, recycle*) (Yuliawati *et al.*, 2017). Dalam rangka mewujudkan program pembangunan yang berkelanjutan, pemerintah berupaya menerapkan kebijakan *green financing* sebagai salah satu alternatif pembiayaan usaha di Indonesia. *Green financing* adalah istilah yang luas yang dapat merujuk ke investasi keuangan yang mengalir ke proyek-proyek pembangunan berkelanjutan dan inisiatif, produk lingkungan, dan kebijakan yang mendorong pengembangan ekonomi yang berkelanjutan.

Green Capability

Pendekatan *Resource Based View* (RBV) berpendapat bahwa sumber daya dan kemampuan yang berharga, langka, dan tak ada bandingannya merupakan dasar keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Barney, 2001). RBV memiliki dua sudut pandang yang berbeda, (1) fokus pada kondisi mapan yaitu kemampuan perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dan (2) fokus pada kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dan memanfaatkan lingkungan yang dinamis. Kapabilitas memungkinkan perusahaan untuk bereaksi terhadap perubahan pasar dengan mengembangkan dan memperbarui sumber dayanya dan mencapai keberlanjutan keunggulan

kompetitif. *Green dynamic capability* atau kapabilitas dinamis hijau, merupakan bagian dari *dynamic capability*, yang mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dan berkonsep *green* (hijau) dalam lingkungan yang terus berubah.

Pelaku UMKM

Pentingnya pemahaman dan praktik keberlanjutan bagi UMKM adalah untuk memastikan bahwa operasi bisnis UMKM tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga berkelanjutan dari perspektif sosial dan lingkungan. Pemahaman ini memungkinkan untuk meminimalkan dampak negatif UMKM terhadap lingkungan dan memenuhi tuntutan konsumen yang semakin sadar akan keberlanjutan (Mulvaney, D., & Hordern, L., 2016).

Pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam mengadopsi praktik berkelanjutan. Termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya pemahaman tentang keberlanjutan, dan biaya awal yang tinggi untuk mengadopsi teknologi atau proses yang lebih ramah lingkungan. (Oikonomou, V., & Tampakoudis, I. A., 2018). Pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan lembaga keuangan dapat memainkan peran penting dalam mendukung UMKM dalam mengembangkan *sustainability literacy*, melalui program pelatihan, insentif keuangan, dan sertifikasi keberlanjutan.

Metode

Penelitian ini menguji pengaruh *sustainability literacy* terhadap *green capability* dengan *green financing* sebagai variabel intervening. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan uji empiris dengan menyebarkan kuesioner.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah UMKM sektor agribisnis di wilayah tapal kuda. Penentuan *sampling* menggunakan *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Kriteria sampel yang ditentukan untuk penelitian ini antara lain:

- UMKM yang beroperasi di wilayah Tapal Kuda
- UMKM yang bergerak di bidang agroindustri/agribisnis

Variabel Penelitian dan Ukuran Variabel

Variabel pertama yaitu *environmental sustainability literacy* diukur menggunakan 7 item pertanyaan yang diadaptasi dari (Roxas & Coetzer, 2012). Dimensi dari *environmental sustainability literacy* terdiri dari praktek, pengetahuan dan komitmen. Dimensi praktek diukur dengan 8 item pertanyaan, dimensi pengetahuan diukur dengan 5 item pertanyaan, dan dimensi komitmen diukur dengan 4 item pertanyaan. Variabel kedua yaitu *green financing* diukur menggunakan 7 item pertanyaan, pertanyaan-pertanyaan tersebut terkait pembiayaan yang diperoleh UMKM. *Green financing* adalah skema pendanaan kepada pelaku usaha yang ramah lingkungan. Pertanyaan *green financing* berfokus pada bagaimana UMKM dapat memperoleh pendanaan dan bagaimana

UMKM memanfaatkan pendanaan yang diterima. Variabel ketiga yaitu green capability diukur menggunakan 6 item pertanyaan yang diadaptasi dari (Pavlou & El Sawy, 2011). Tujuh item pertanyaan tersebut berfokus pada kemampuan perusahaan terkait kepeduliannya terhadap lingkungan, baik dari segi kesempatan, teknologi, inovasi dan lain sebagainya. Pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 skala Likert

Metode Analisis Data

Data yang terkumpul dari kuesioner ditabulasi, selanjutnya diolah menggunakan model Path Analysis. Path Analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Sani & Maharani, 2013).

Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik *outer model* maupun *inner model* maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen. Pengujian ini digunakan dengan cara analisis jalur (*path analysis*). Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat path coefisien. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan dapat dilihat nilai path coefisien dan *p-value* dalam *total effects* hasil dari pengolahan data variabel secara simultan. Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikasinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu:
 $P\text{-value} < 0,05$: H_0 ditolak, artinya variabel endogen berpengaruh signifikan terhadap variabel eksogen.
 $P\text{-value} \geq 0,05$: H_0 diterima, artinya tidak berpengaruh signifikan variabel endogen terhadap variabel eksogen.
 $P\text{-value}$: *probability value* (nilai probabilitas atau peluang) atau nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang salah sebesar 5% dan kemudian mengambil keputusan yang benar sebesar 95%

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Statistik deskriptif Responden Pelaku UMKM berdasarkan informasi dari grafik, jumlah responden dari pelaku UMKM sebanyak 70 responden yang terdiri dari; 15 Responden (21%) pelaku UMKM dari Pasuruan, 7 Responden (10%) pelaku UMKM dari Probolinggo, 2 Responden (3%) pelaku UMKM dari Lumajang, 16 Responden (23%) pelaku UMKM dari Jember, 9 Responden (13%) pelaku UMKM dari Bondowoso, 3 Responden (3%) pelaku UMKM dari

Situbondo, dan 19 Responden (27%) pelaku UMKM dari Banyuwangi.



Gambar 1. Distribusi Responden Penelitian

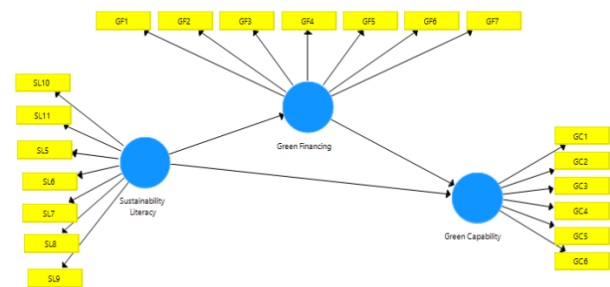
Hasil Analisis Data

Measurement Model (Outer Model)

Outer model adalah model pengukuran yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya.

A. Convergent Validity

Convergent validity adalah sejauh mana konstruk konvergen menjelaskan varian indikatornya. Dianggap valid jika nilai *outer loadings* > 0,60 dan nilai AVE > 0,50 (Hidayat, 2021).



Gambar 2. Hasil Convergent Validity

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui nilai AVE untuk semua konstruk > 0,5 yang dapat diartikan semua konstruk valid.

B. Discriminant Validity

Tujuan dari *discriminant validity* adalah untuk menguji seberapa berbedanya konstruk laten dengan konstruk lain. Dalam aplikasi SmartPLS, uji validitas diskriminan menggunakan nilai akar AVE Fornell-Larcker Criterion (Henseler dkk., 2015 dalam A. Hidayat, 2021). Suatu konstruk dikatakan valid dengan membandingkan nilai akar AVE dengan nilai korelasi antar variabel laten. Nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar variabel laten (Hidayat, 2021).

Tabel 1. Hasil Discriminant Validity

	Green Capability	Green Financing	Sustainability Literacy
Green Capability	0,872		
Green Financing	0,851	0,728	
Sustainability Literacy	0,202	0,176	0,776

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai akar AVE lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten. Misalnya nilai akar AVE Green Capability yaitu sebesar 0,872 lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten sebesar 0,851 dan 0,202.

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas terdapat uji reliabilitas konstruk, tujuannya adalah untuk mengukur reliabilitas konstruk variabel laten. Nilai variabel dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,70 dan *composite reliability* > 0,70 (Sihombing & Arsani, 2022:3). Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui nilai Cronbach alpha > 0,70 dan nilai *composite reliability* > 0,70 jadi konstruk yang ada dapat dinyatakan reliabel.

Pengujian Hipotesis

Koefisien jalur (*path coefficient*) adalah nilai yang menunjukkan suatu hubungan arah pada tiap variabel laten (Hidayat, 2021). Dengan prosedur *bootstrapping* menghasilkan nilai p value untuk bobot indikator. Apabila nilai p.value < 0,05 maka variabel tersebut dianggap signifikan (Hair Jr et al., 2022:108).

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Jalur	
	<i>P Value</i>
<i>Green Fin</i> → <i>Green Cap</i>	0,000
<i>Sustain Lit</i> → <i>Green Cap</i>	0,004
<i>Sustain Lit</i> → <i>Green Fin</i>	0,002

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel *Green Financing* terhadap *Green Capability*, *Sustainability Literacy* terhadap *Green Financing* dan variabel *Sustainability Literacy* terhadap *Green Capability* memiliki nilai p value kurang dari 0,05 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel.

Pembahasan

Pengaruh *Sustainability Literacy* Terhadap *Green Capability*

Sustainability literacy (literasi keberlanjutan) berkaitan dengan pemahaman tentang konsep dan prinsip keberlanjutan. Pemahaman tentang konsep keberlanjutan ini membuat individu di dalam organisasi sadar terkait pentingnya menjaga keberlanjutan dalam kegiatan sehari-hari termasuk dalam pekerjaan.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa literasi keberlanjutan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *green capability* (kapabilitas hijau). Kapabilitas hijau merujuk pada kemampuan individu, organisasi, atau komunitas untuk menerapkan praktik dan strategi yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Hal ini melibatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan berkontribusi pada keberlanjutan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *capability theory* (teori kapabilitas) yang menekankan bahwa kemampuan individu untuk mencapai kehidupan sesuai dengan nilai yang diyakini. Dalam konteks keberlanjutan, literasi keberlanjutan meningkatkan kapabilitas individu untuk bertindak secara berkelanjutan berdasarkan dengan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki.

Literasi keberlanjutan memberikan dasar pengetahuan dan pemahaman yang diperlukan untuk mengembangkan kapabilitas hijau. Semakin tinggi literasi keberlanjutan yang dimiliki, semakin tinggi pula kapabilitas hijau. Literasi keberlanjutan yang tinggi dapat mengarah pada

implementasi kebijakan dan praktik yang lebih hijau, meningkatkan efisiensi sumber daya, dan mengurangi dampak lingkungan.

Secara keseluruhan, *sustainability literacy* adalah fondasi yang memungkinkan pengembangan *green capability*, menjadikan individu dan organisasi lebih mampu untuk berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan secara efektif

Pengaruh *Intervening Green Financing* terhadap hubungan antara *Sustainability Literacy* dan *Green Capability*

Green financing (pembiayaan hijau) adalah proses menyediakan dana untuk proyek-proyek yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Tujuan utama dari pembiayaan hijau adalah untuk mempromosikan investasi dalam proyek-proyek yang mengurangi dampak lingkungan negatif dan mendorong pembangunan yang berkelanjutan. Perbankan sebagai penyedia dana untuk proyek melalui instrumen keuangan merupakan entitas yang dapat mengatur dan memberikan insentif untuk mendukung pembiayaan hijau.

Literasi keberlanjutan erat kaitannya dengan literasi keuangan. Literasi keuangan saat ini tidak hanya mencakup pengetahuan, sikap, dan perilaku terkait kesejahteraan finansial, namun juga mencakup dampak positif terhadap pembangunan lingkungan dan sosial. Literasi keberlanjutan dapat mendorong inovasi dengan memperkenalkan individu dan organisasi pada praktik-praktik baru dan teknologi hijau. *Green financing* memfasilitasi implementasi inovasi ini dengan memberikan dukungan finansial yang diperlukan untuk pengembangan dan penerapan proyek-proyek berkelanjutan.

Melalui *green financing*, perbankan yang mempunyai literasi keberlanjutan yang tinggi dapat memahami manfaat dari investasi hijau dan memahami bagaimana memilih proyek-proyek yang sesuai dengan tujuan keberlanjutan. *Green financing* membantu menerjemahkan pengetahuan ini menjadi tindakan konkret dengan memberikan dukungan finansial untuk proyek-proyek tersebut, sehingga lebih lanjut perbankan mempunyai kapabilitas yang tinggi pula. Organisasi dengan kapabilitas hijau yang kuat cenderung lebih mampu beradaptasi dengan peraturan lingkungan yang semakin ketat dan permintaan konsumen yang meningkat untuk produk dan layanan yang ramah lingkungan.

Simpulan dan Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil uji statistik, penelitian ini menunjukkan bahwa *sustainability literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat *green capability*. *Green financing* mengintervening pengaruh *sustainability literacy* terhadap *green capability* UMKM. Penerapan kebijakan terkait *green financing* oleh lembaga keuangan dapat memberikan dorongan positif kepada UMKM untuk mengembangkan produk yang berkelanjutan secara lingkungan dan meningkatkan kemampuan dalam

mengelola aspek-aspek keberlanjutan dalam aktivitas bisnis UMKM.

Implikasi dari hasil penelitian ini yakni program pendidikan dan pelatihan yang fokus pada *sustainability literacy* perlu ditingkatkan. Lembaga keuangan perlu terus mengembangkan skema *green financing* yang aksesibel dan memberikan insentif bagi UMKM untuk berpartisipasi. Keterbatasan penelitian ini diantaranya responden UMKM yang didapatkan masih terbatas. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat meraih sebaran responden lebih luas sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini didanai oleh Hibah Kelompok Riset (KeRis), Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Jember. Ucapan terima kasih ditujukan untuk semua pihak yang terlibat dan mendukung terlaksanakannya penelitian ini terutama kepada pelaku UMKM sektor agribisnis dan perusahaan sektor perbankan di wilayah Tapal Kuda. Terima kasih diperuntukkan pula untuk seluruh tim peneliti dan Jurusan Akuntansi Universitas Jember yang telah mendukung suksesnya penelitian.

Referensi

- Ainsbury, R. E. (2015). Embedding Sustainable Business Practice: A Better Business Model. *Journal of Positive Management*, 6(2), 72–87.
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 27(6), 643–650.
- Baumann, D. et al. (2011). *Organizing corporate social responsibility in small and large firms: Size matters*.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Fu'adi, Z., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi Empiris Pada UMKM Makanan di Kabupaten Magelang). *Borobudur Management Review*, 2(1), 74–86. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i1.6865>
- Hair Jr, J. et al. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun instrumen penelitian & uji validitas-reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Iskandar, A., & Aqbar, K. (2019). Green economy Indonesia dalam perspektif Maqashid Syari'ah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 3(2), 83–94.
- Lin, Y.-H., & Chen, Y.-S. (2017). Determinants of green competitive advantage: the roles of green knowledge sharing, green dynamic capabilities, and green service innovation. *Quality & Quantity*, 51, 1663–1685.
- Lopes de Sousa Jabbour, A. B. et al. (2020). Sustainable development in Asian manufacturing SMEs: Progress and directions. *International Journal of Production Economics*, 225, 107567.
- MacGregor, S. P., & Fontrodona, J. P. (2011). Strategic CSR for SMEs: paradox or possibility? *Universia Business Review*, (30), 80–95.
- Moeloeng, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulvaney, D., & Hordern, L. (2016). Embedding Sustainability Literacy in the Business Curriculum: What Works? *Journal of Management Education*.
- Oikonomou, V., & Tampakoudis, I. A. (2018). *Sustainability Literacy of SMEs: A Comparative Study of EU Countries*.
- Pavlou, P. A., & El Sawy, O. A. (2011). Understanding the elusive black box of dynamic capabilities. *Decision Sciences*, 42(1), 239–273.
- Pentiana, D. (2019). Pemahaman dan Kepedulian Penerapan Green Accounting: Studi Kasus UKM Tahu Tempe di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 13(1), 38–50.
- Rehman, S. U., Bresciani, S., Yahiaoui, D., & Giacosa, E. (2022). Environmental sustainability orientation and corporate social responsibility influence on environmental performance of small and medium enterprises: The mediating effect of green capability. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(6), 1954–1967. <https://doi.org/10.1002/csr.2293>
- Roxas, B., & Coetzer, A. (2012). Institutional environment, managerial attitudes and environmental sustainability orientation of small firms. *Journal of Business Ethics*, 111, 461–476.
- Sani, Achmad & Vivin Maharani. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisiomer dan Analisis Data)*. Malang: UIN MALIKI Press.
- Santoso, R., Roshayanti, F., & Siswanto, J. (2021). Analisis Literasi Lingkungan Siswa SMP. *JPPS (Jurnal Penelitian Pendidikan Sains)*, 10(02), 1976–1982.
- Utomo, M. N. et al. (2022). *Green Business: Strategi Membangun Kewirausahaan Berdaya Saing dan Berkelanjutan*. Syiah Kuala University Press.
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, and J.G.S.Souza. 2022. "No Title." *Braz Dent J*. 33(1): 1–12

- Wibowo, A. (2022). Model Bisnis Ramah Lingkungan (Green Business). *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–120.
- Yuliawati, T., Mustika Rani, A., & Roosallyn Assyofa, A. (2017). Efektivitas Implementasi Green

Financing Sebagai Alternatif Pembiayaan Berkelanjutan Bagi UMKM Sektor Industri Pengolahan Alas Kaki Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 14(2), 152–162.

BAGAIMANA NILAI PERUSAHAAN DAN HARGA SAHAM DIPENGARUHI PREFERENSI RISIKO PERUSAHAAN (*A LITERATURE REVIEW*)

(*HOW FIRM VALUATION AND STOCK PRICES ARE AFFECTED BY FIRM RISK PREFERENCES*)

Lioni Indrayani^{1*}, Martinus Tukiran², Nur Vicky Utami³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

²Universitas Pelita Harapan, Indonesia

³Inspektorat Utama Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia

Email: dosen02626@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak preferensi risiko perusahaan terhadap nilai perusahaan dan harga saham dengan meninjau literatur yang ada. Nilai perusahaan dan harga saham adalah indikator penting dari kesehatan finansial suatu perusahaan, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk pendekatan perusahaan terhadap risiko. Preferensi risiko perusahaan mengacu pada strategi dan keputusan perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian dan potensi kerugian, yang tercermin dalam pilihan investasi, struktur modal, dan kebijakan pendanaannya. Literatur menunjukkan bahwa perusahaan dengan preferensi risiko yang lebih tinggi cenderung melakukan investasi yang lebih agresif, yang dapat meningkatkan pertumbuhan tetapi juga meningkatkan volatilitas harga saham. Sebaliknya, perusahaan dengan preferensi risiko yang lebih rendah lebih mengutamakan stabilitas dan konservatisme, yang menghasilkan penilaian yang lebih konsisten. Memahami hubungan antara preferensi risiko perusahaan, nilai perusahaan, dan harga saham sangat penting untuk memberikan wawasan yang berharga bagi investor, manajer, dan pemangku kepentingan lainnya dalam membuat keputusan finansial yang tepat..

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Harga Saham, Preferensi Risiko Perusahaan, Rasio Finansial.

Abstract

This study aims to explore the impact of corporate risk preferences on company value and stock prices by reviewing existing literature. Company value and stock prices are important indicators of a company's financial health, influenced by various internal and external factors, including the company's approach to risk. Corporate risk preferences refer to the company's strategies and decisions in dealing with uncertainty and potential losses, which are reflected in its investment choices, capital structure, and financing policies. The literature suggests that companies with higher risk preferences tend to make more aggressive investments, which can boost growth but also increase stock price volatility. In contrast, companies with lower risk preferences prioritize stability and conservatism, leading to more consistent valuations. Understanding the relationship between corporate risk preferences, company value, and stock prices is crucial for providing valuable insights to investors, managers, and other stakeholders in making informed financial decisions.

Keywords: Firm Value, Stock prices, firm risk preference, financial ratio

Pendahuluan

Dalam dunia keuangan, nilai perusahaan dan harga saham merupakan dua aspek penting yang sering digunakan untuk mengukur kinerja dan prospek masa depan suatu perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan total kekayaan atau aset yang dimiliki oleh perusahaan, sementara harga saham adalah harga yang dibayar oleh investor untuk memperoleh kepemilikan di perusahaan tersebut. Isu dan tantangan seputar penilaian suatu perusahaan selalu menarik perhatian para pelaku pasar keuangan, peneliti, dan regulator keuangan. Terdapat

banyak literatur akademik yang fokus pada berbagai aspek penilaian, seperti identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (Rappaport, 1999; Copeland et al., 2000; Damodaran, 2002; Jennergren, 2013) atau pendekatan terbaik dalam meramalkan nilai perusahaan (Myers, 1984; Barker, 1999; Demirakos et al., 2004; Asquith et al., 2005; Imam et al., 2008).

Preferensi risiko perusahaan merujuk pada sikap dan pendekatan perusahaan terhadap ketidakpastian, baik dalam hal investasi, pembiayaan, maupun keputusan operasional lainnya. Setiap perusahaan memiliki tingkat toleransi risiko yang berbeda, yang dapat tercermin dalam

kebijakan manajerial dan keputusan-keputusan strategis yang diambil. Perusahaan dengan preferensi risiko tinggi mungkin lebih cenderung untuk mengambil risiko lebih besar dengan harapan dapat meraih keuntungan yang lebih tinggi, sementara perusahaan dengan preferensi risiko rendah lebih berhati-hati dan cenderung memilih strategi yang lebih konservatif.

Dalam konteks pasar modal, harga saham perusahaan sering kali mencerminkan ekspektasi investor terhadap kinerja masa depan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, preferensi risiko yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi persepsi investor dan, pada gilirannya, harga saham perusahaan. Sebagai contoh, dalam studi-studi terkait Covid-19, tercatat bahwa para investor menjadi lebih menghindari risiko selama pandemi Covid-19, dengan meningkatnya ketidakpastian dan keengganan terhadap risiko di kalangan investor, yang menyebabkan mereka menjual saham dan mencari aset yang lebih aman, sehingga mengakibatkan penurunan harga saham dan peningkatan volatilitas (Mnif, Salhi, Mouakha, & Jarboui, 2022; Ortmann et al., 2020; Yuan et al., 2022).

Seiring dengan pentingnya pemahaman tentang bagaimana preferensi risiko mempengaruhi nilai perusahaan dan harga saham, banyak penelitian yang mencoba mengungkapkan hubungan antara ketiga elemen tersebut. Tinjauan literatur ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana preferensi risiko perusahaan dapat memengaruhi nilai dan harga saham dengan mengacu pada studi-studi terdahulu. Dengan memahami hubungan ini, investor dan pemangku kepentingan lainnya dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait dengan investasi dan strategi perusahaan. Investor menggunakan informasi tentang faktor makro-ekonomi, investor juga menggunakan informasi tentang perusahaan individual, seperti laporan keuangan berkala, yang merupakan aspek historis, dan semua berita tentang manajemen dan bisnis perusahaan yang mempengaruhi prospek masa depan serta risiko bisnis perusahaan tersebut (Vergin dan Qoronfleh, 1998). Banyak penelitian mengenai harga saham dan korelasinya dengan ukuran akuntansi dari kinerja perusahaan yang tercermin dalam rasio keuangan telah dilakukan, dan hasilnya tidak konsisten satu sama lain. Rasio harga terhadap penjualan, rasio harga terhadap nilai buku, rasio harga terhadap laba per saham, dan rasio harga terhadap arus kas operasi adalah indikator terbaik untuk meramalkan harga saham (Kwang En, 2020).

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi risiko perusahaan, baik yang bersifat konservatif maupun agresif, memengaruhi nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham?
2. Apa hubungan antara tingkat preferensi risiko perusahaan dan fluktuasi harga saham, serta bagaimana preferensi risiko yang tinggi atau rendah mempengaruhi volatilitas saham dan nilai perusahaan?
3. Sejauh mana preferensi risiko perusahaan memengaruhi pengambilan keputusan investasi

serta dampaknya terhadap kinerja pasar perusahaan, termasuk harga saham?

4. Apa pandangan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang mendasari hubungan antara preferensi risiko perusahaan, serta bagaimana faktor tersebut memengaruhi nilai perusahaan dan harga saham berdasarkan bukti empiris yang ada?

Tujuan penelitian mengenai bagaimana nilai perusahaan dan harga saham dipengaruhi oleh preferensi risiko perusahaan dalam literatur review dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh preferensi risiko perusahaan terhadap nilai perusahaan: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana sikap perusahaan terhadap risiko dapat memengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang dimaksud adalah pengukuran terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam harga saham.
2. Menelaah hubungan antara preferensi risiko perusahaan dan fluktuasi harga saham: Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana tingkat preferensi risiko perusahaan berhubungan dengan perubahan harga saham. Preferensi risiko yang tinggi atau rendah dapat berpengaruh pada volatilitas saham dan kepercayaan investor terhadap masa depan perusahaan.
3. Menilai peran preferensi risiko dalam pengambilan keputusan investasi: Dalam konteks ini, penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pengambilan keputusan oleh perusahaan yang berkaitan dengan investasi atau proyek-proyek baru dipengaruhi oleh faktor risiko, dan bagaimana keputusan tersebut berdampak pada kinerja pasar perusahaan (termasuk harga saham).
4. Mengkaji pandangan teori dan penelitian sebelumnya terkait hubungan antara preferensi risiko dan kinerja perusahaan: Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan, mengkaji, dan menganalisis berbagai perspektif yang ada dalam literatur yang sudah ada mengenai hubungan antara preferensi risiko perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan harga saham, dengan menilai bukti empiris dari penelitian sebelumnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana preferensi risiko yang dimiliki oleh manajemen perusahaan dapat mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, serta berkontribusi pada teori-teori yang ada mengenai hubungan antara risiko dan pengelolaan perusahaan dalam konteks pasar modal.

Kajian Teori

NILAI PERUSAHAAN

Nilai Perusahaan merujuk pada penilaian pasar terhadap sebuah perusahaan, yang mencerminkan seberapa besar perusahaan dihargai berdasarkan berbagai faktor, termasuk kinerja finansial, prospek pertumbuhan, serta risiko yang terkait dengan perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sering diukur melalui kapitalisasi pasar (market capitalization), yang dihitung dengan mengalikan harga saham perusahaan dengan jumlah saham yang beredar. Selain itu, nilai perusahaan juga bisa dinilai melalui pendekatan lain, seperti nilai buku atau nilai intrinsik, yang berfokus pada aset dan liabilitas perusahaan.

Dalam penelitian tentang pengukuran kinerja perusahaan, Schilling (2015) mengemukakan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi keuangan perusahaan itu sendiri, tetapi juga oleh persepsi pasar terhadap faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, tren industri, dan kebijakan pemerintah.

HARGA SAHAM

Harga Saham dan Indeks Harga Saham

Harga saham adalah titik keseimbangan yang terjadi antara permintaan (bid atau ask) dan penawaran (offer) dari saham tertentu pada suatu hari perdagangan saham. Harga saham cenderung meningkat ketika volume permintaan saham meningkat dan volume penawaran tetap atau menurun. Sebaliknya, harga saham cenderung menurun ketika volume permintaan menurun dan volume penawaran tetap atau meningkat.

Indeks pasar saham adalah indeks yang menggambarkan kondisi pasar saham pada hari perdagangan saham, yang merupakan rata-rata harga gabungan dari semua saham perusahaan yang terdaftar di bursa saham. Meskipun indeks saham berfluktuasi tergantung pada harga masing-masing saham yang terdaftar di bursa saham, indeks saham mencerminkan kondisi investasi saham secara tidak langsung di suatu negara. Ketika minat investor meningkat untuk berinvestasi di bursa saham, harga saham akan meningkat karena permintaan saham yang meningkat. Kondisi pasar ini disebut *bullish*. Namun, dalam kondisi *bearish*, ketika harga saham cenderung menurun karena investor menjual saham mereka, indeks saham akan turun. Dalam pasar *bullish*, harga saham individu juga cenderung meningkat karena peningkatan minat investor untuk berinvestasi di saham perusahaan tertentu. Sebaliknya, dalam pasar *bearish*, harga saham individu cenderung menurun karena penurunan minat investor untuk berinvestasi di saham perusahaan tertentu.

JENIS HARGA SAHAM

Harga Saham Harian

Pada setiap hari perdagangan saham, akan terdapat harga sebelumnya, harga pembukaan, harga terendah, harga tertinggi, dan harga penutupan. Harga sebelumnya adalah harga penutupan pada hari perdagangan sebelumnya. Harga pembukaan adalah harga pertama yang terjadi pada hari perdagangan tersebut. Harga terendah dan harga tertinggi adalah harga saham terendah dan tertinggi dari saham individu pada hari perdagangan tertentu selama jam perdagangan saham. Sebagian besar penelitian menggunakan harga penutupan harian pada akhir periode

laporan keuangan perusahaan secara triwulanan atau tahunan sebagai variabel data harga saham.

Harga Saham Periodik

Selain harga saham harian, pasar saham dan peneliti juga menggunakan harga saham pada akhir hari perdagangan setiap periode, seperti mingguan, bulanan, triwulanan, semi-tahunan, dan tahunan. Harga saham periodik ini biasanya dianalisis untuk analisis teknikal guna memprediksi harga saham menggunakan grafik periodik dan alat analisis lainnya yang digunakan oleh investor pasar saham. Harga saham periodik yang paling umum digunakan oleh pihak yang berkepentingan di pasar saham dan peneliti adalah harga saham tahunan, yaitu harga saham pada akhir hari perdagangan terakhir di akhir tahun tertentu. Bahkan, pemerintah menggunakan harga penutupan akhir tahun dari semua perusahaan yang terdaftar di pasar saham (indeks pasar saham) sebagai salah satu indikator ekonomi yang menunjukkan perkembangan ekonomi suatu negara untuk menggambarkan kinerja bursa saham negara tersebut.

Harga Saham Rata-rata

Penelitian tentang harga saham juga menggunakan harga saham rata-rata untuk dikorelasikan dengan variabel lainnya. Harga saham rata-rata seperti harga saham harian rata-rata dalam sebulan, harga saham harian rata-rata dalam satu kuartal, harga saham harian rata-rata dalam setahun, dan harga rata-rata bulanan dalam setahun, yang merupakan jumlah harga saham akhir bulan dari Januari hingga Desember dibagi dua belas.

Preferensi Risiko Perusahaan

Preferensi risiko perusahaan merujuk pada sikap dan keputusan perusahaan dalam menghadapi dan mengelola risiko dalam kegiatan operasional dan strategis mereka. Setiap perusahaan memiliki tingkat kenyamanan yang berbeda dalam mengambil risiko, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tujuan perusahaan, lingkungan industri, profil keuangan, dan tujuan jangka panjang.

Preferensi risiko perusahaan sangat penting dalam pengambilan keputusan strategis, seperti memilih antara berbagai peluang investasi, keputusan pembiayaan, serta dalam merancang kebijakan dan rencana perusahaan. Keputusan terkait risiko ini pada akhirnya mempengaruhi kinerja perusahaan, baik dari segi keuangan maupun reputasi, yang pada gilirannya juga dapat mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan di pasar.

Risk Averse (Menghindari Risiko)

Perusahaan dengan preferensi risiko *risk averse* cenderung menghindari ketidakpastian dan lebih memilih untuk mengambil keputusan yang aman dan terukur. Mereka lebih memilih investasi yang memberikan stabilitas dan prediktabilitas daripada potensi keuntungan yang besar tetapi disertai dengan risiko tinggi.

Perusahaan dengan preferensi *risk averse* berfokus pada keamanan finansial jangka Panjang, dengan memilih menghindari proyek atau investasi dengan ketidakpastian yang tinggi, cenderung berinvestasi dalam aset yang lebih stabil, terjamin serta memilih untuk beroperasi dalam industri yang lebih stabil dan sudah teruji serta lebih

memilih menggunakan dana internal untuk pembiayaan ketimbang berhutang atau mengambil risiko finansial.

Risk Seeking (Mencari Risiko)

Perusahaan dengan preferensi risiko risk seeking cenderung lebih berani dalam menghadapi ketidakpastian dan mengambil keputusan yang lebih agresif dengan harapan memperoleh imbal hasil yang lebih tinggi. Mereka bersedia menghadapi risiko lebih besar untuk mencapai potensi keuntungan yang lebih besar.

Perusahaan dengan preferensi risk seeking berani melakukan investasi pada sektor atau proyek yang lebih berisiko dengan harapan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi, lebih sering mengambil keputusan ekspansi atau diversifikasi yang besar, meskipun ada ketidakpastian yang tinggi, lebih terbuka untuk pendanaan eksternal, seperti hutang atau ekuitas, untuk mendanai proyek berisiko tinggi serta mendorong inovasi dan percakapan di pasar yang lebih dinamis dan penuh perubahan.

Rasio Finansial

Rasio keuangan digunakan untuk menunjukkan kinerja keuangan suatu perusahaan yang diperoleh dari laporan keuangan periodik perusahaan. Rasio keuangan perusahaan tidak hanya digunakan untuk menunjukkan kinerja keuangan yang baik, tetapi juga untuk menunjukkan indikator risiko keuangan perusahaan ketika rasio-rasio tersebut menurun atau berada di bawah rasio rata-rata sektor bisnisnya. Rasio keuangan dapat dirancang oleh setiap pengambil keputusan sesuai dengan kepentingan dan fokus perhatian mereka masing-masing, tetapi secara umum, rasio tersebut meliputi rasio likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, efisiensi, dan pasar.

Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio keuangan yang dihitung dari data laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat membiayai operasionalnya dan membayar kewajiban keuangan jangka pendeknya.

Rasio Leverage

Rasio leverage adalah rasio keuangan yang dihitung dari data laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan membiayai operasionalnya menggunakan utang eksternal dibandingkan dengan dana internal.

Rasio Efisiensi

Rasio efisiensi atau rasio aktivitas adalah rasio keuangan yang dihitung dari data laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan seberapa baik perusahaan memanfaatkan aset dan sumber daya lainnya untuk kegiatan bisnisnya.

Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas dihitung dari data laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan relatif terhadap pendapatan, aset, biaya operasional, dan ekuitasnya.

Rasio Nilai Pasar

Rasio nilai pasar adalah rasio keuangan yang dihitung dari data laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan

bagaimana kinerja perusahaan relatif terhadap harga sahamnya di pasar modal.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk mengkaji dan menganalisis literatur yang ada terkait dengan hubungan antara preferensi risiko perusahaan, harga saham dan Nilai Perusahaan. SLR dipilih karena metode ini memungkinkan untuk mengevaluasi dan menyintesis temuan-temuan dari berbagai penelitian yang relevan secara menyeluruh dan objektif, serta memberikan gambaran yang lebih holistik tentang topik yang sedang diteliti. Pendekatan ini juga membantu untuk mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur dan menawarkan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

1. Kriteria Inklusi

Untuk memastikan validitas dan relevansi literatur yang dianalisis, penelitian ini menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi yang jelas. Kriteria inklusi mencakup artikel yang:

- a. Diterbitkan dalam jurnal ilmiah peer-reviewed yang terindeks dalam database akademik terkemuka, seperti Scopus, Web of Science, dan Dimensions AI.
- b. Memiliki fokus utama pada hubungan antara preferensi risiko perusahaan, harga saham, dan nilai perusahaan, baik dalam konteks teori maupun penelitian empiris.
- c. Mempublikasikan hasil penelitian dalam rentang waktu 2015 hingga 2024, untuk memastikan bahwa literatur yang digunakan mencerminkan perkembangan terbaru dalam bidang ini.
- d. Artikel yang menggunakan bahasa Inggris dan/atau bahasa Indonesia, yang terkait dengan penelitian ini.

2. Kriteria Eksklusi

- a. Artikel yang tidak relevan dengan topik utama atau tidak membahas ketiga variabel utama (preferensi risiko Perusahaan, harga saham dan nilai perusahaan).
- b. Artikel berupa opini, laporan, atau artikel populer yang tidak melalui proses peer-review.
- c. Artikel yang diterbitkan sebelum tahun 2015, karena penelitian yang lebih lama mungkin tidak relevan dengan perkembangan teori dan praktik terbaru dalam konteks organisasi dan berbagi pengetahuan.

3. Proses Pencarian Literatur

Pencarian literatur dilakukan menggunakan Dimensions AI sebagai database utama, yang dikenal memiliki cakupan literatur akademik yang luas dan mendalam. Pencarian dimulai dengan penggunaan kata kunci yang relevan dengan topik penelitian, seperti "preferensi risiko perusahaan," "harga saham," "nilai perusahaan," dan "rasio finansial."

Pencarian dilakukan dengan menggunakan filter untuk mempersempit hasil berdasarkan:

- Tahun publikasi (2015-2024)
- Jenis Publikasi (artikel jurnal, konferensi dan buku)
- Kategori subjek yang relevan seperti manajemen strategi, harga saham dan nilai perusahaan.

Setiap artikel yang memenuhi kriteria inklusi dievaluasi lebih lanjut berdasarkan abstrak dan kata kunci untuk menentukan relevansinya terhadap topik penelitian.

4. Prosedur Seleksi Artikel

Seleksi artikel dilakukan secara bertahap, dengan prosedur sebagai berikut:

- Tahap 1: Artikel yang ditemukan melalui pencarian awal akan diperiksa berdasarkan judul dan abstrak untuk menentukan apakah artikel tersebut sesuai dengan kriteria inklusi. Artikel yang tidak relevan atau tidak memenuhi kriteria inklusi akan dieliminasi pada tahap ini.
- Tahap 2: Artikel yang terpilih akan diperiksa lebih mendalam untuk memastikan bahwa metodologi yang digunakan valid, artikel *peer-reviewed*, dan relevansi topik sesuai dengan fokus penelitian ini. Artikel yang memenuhi kriteria akan dilanjutkan untuk analisis lebih lanjut.

Proses seleksi artikel akan digambarkan dalam diagram alur PRISMA yang menunjukkan jumlah artikel yang teridentifikasi, disaring dan dianalisis lebih lanjut dalam tahap seleksi.

5. Metode Analisis

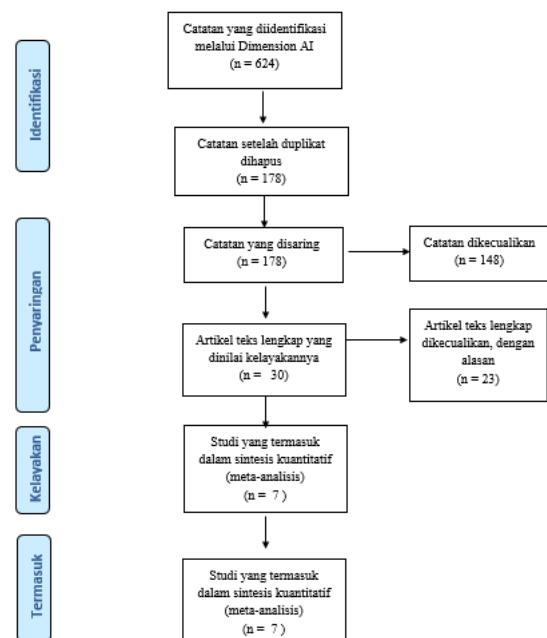
Setelah artikel yang relevan dipilih, analisis dilakukan dengan pendekatan sintesis tematik untuk mengidentifikasi tema utama, termasuk hubungan antara preferensi risiko perusahaan, harga saham, dan nilai perusahaan. Artikel-artikel tersebut akan dianalisis untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi risiko perusahaan serta mekanisme interaksi antar variabel. Selain itu, metodologi yang digunakan dalam penelitian, baik kuantitatif, kualitatif, atau campuran, akan dievaluasi untuk menilai kekuatan dan kelemahan desain penelitian. Sintesis tematik juga akan mempertimbangkan hasil yang bertentangan dan mencoba menggabungkannya dalam model teoretis, dengan kemungkinan meta-analisis untuk studi kuantitatif.

Hasil dan Pembahasan

Proses implementasi PRISMA dalam penelitian ini mengikuti langkah-langkah yang sistematis dan transparan, dimulai dari identifikasi, penyaringan, pemeriksaan kelayakan, hingga penentuan literatur akhir. Implementasi PRISMA ini membantu memastikan bahwa seleksi artikel dilakukan secara objektif dan terstandarisasi, sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Proses pemilihan artikel dalam penelitian ini dimulai dengan pencarian literatur yang luas menggunakan Dimensions AI dan beberapa database akademik terkemuka lainnya, seperti Scopus dan Web of Science. Pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci yang relevan dengan topik penelitian ini, seperti "firm risk preference", "firm valuation", "stock's price", serta kombinasi kata kunci terkait lainnya. Selain itu, filter pencarian diterapkan berdasarkan kriteria tahun publikasi (2015–2024), jenis publikasi (artikel jurnal, konferensi), dan bahasa (Inggris dan Indonesia).

Pada tahap penyaringan, hasil pencarian literatur awal diseleksi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi mencakup artikel yang diterbitkan dalam jurnal ilmiah terindeks dan fokus pada hubungan antara variabel-variabel utama yang menjadi topik penelitian. Artikel yang tidak relevan, *tidak peer-reviewed*, atau diterbitkan sebelum tahun 2015 dikeluarkan dari analisis. Pada tahap ini, ditemukan sekitar X artikel. Selanjutnya, pada tahap pemeriksaan kelayakan, artikel yang lolos penyaringan pertama diperiksa lebih mendalam melalui abstrak dan isi untuk memastikan metodologi yang digunakan sesuai dengan kriteria penelitian dan topiknya relevan. Artikel yang tidak memenuhi kriteria, seperti yang menggunakan metodologi yang kurang tepat atau fokus yang tidak relevan, dieliminasi. Hasilnya, hanya 7 artikel yang memenuhi kriteria inklusi dan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Proses seleksi literatur ini digambarkan dalam Diagram PRISMA, yang menunjukkan alur mulai dari identifikasi, penyaringan, pemeriksaan kelayakan, hingga inklusi artikel yang digunakan dalam analisis.



Gambar 1. Diagram Klasifikasi Literatur dengan metode PRISMA

Selanjutnya, dilakukan review dan kajian terhadap artikel secara mendalam dengan memfokuskan pada hasil penelitian dan jumlah kutipan sitasi artikel terbanyak.

Pada akhir penelitian dilakukan perbandingan hasil temuan dari beberapa artikel dan membuat kesimpulan.

1. Strategi Pencarian

- a. Kriteria inklusi (IC) digunakan untuk memastikan studi yang dipilih untuk tinjauan relevan dengan pertanyaan penelitian. Berikut ini adalah IC yang digunakan dalam penelitian ini.

IC 1: Penelitian yang membahas preferensi risiko perusahaan

IC 2: Artikel harus diterbitkan dalam jurnal yang ditulis dalam bahasa Inggris dan Indonesia.

- b. Berdasarkan data Jurnal yang diperoleh dari Dimensions ai, 624 artikel review diperoleh. Pencarian dipersempit untuk memfokuskan pada artikel-artikel tentang preferensi risiko perusahaan dengan menggunakan kata kunci Nilai perusahaan, harga saham dan rasio finansial, karena tidak banyak tulisan dengan tema spesifik tersebut. Dari 624 hasil yang ditemukan, 178 di antaranya dikerucutkan menjadi 30 jurnal. Dari total 30 artikel jurnal tersebut, dikerucutkan menjadi 7 artikel karena 23 (dua puluh tiga) artikel lainnya tidak memenuhi kriteria, seperti duplikasi, kami tidak memiliki akses untuk membuka

2. Kriteria Penyaringan

Kita harus menyaring hasil setelah pencarian dilakukan untuk mengidentifikasi studi yang relevan. Kriteria inklusi dapat mencakup studi yang berfokus pada artikel yang membahas Preferensi risiko pada Perusahaan. Jenis artikel yang dipilih adalah artikel yang ada di jurnal ilmiah

Penelitian ini memilih 7 artikel yang membahas harga saham dan nilai perusahaan sebagai variabel independen, yang diterbitkan dalam jurnal ilmiah yang diakses dari Google Scholar dan Dimensions. ai, yang dapat diunduh sebagai artikel lengkap untuk mendapatkan data tentang bagaimana para peneliti menentukan variabel harga saham dalam metodologi artikel tersebut. Artikel-artikel yang dipilih sebagai sampel mencakup artikel-artikel yang berisi nama penulis dan jurnal yang diterbitkan di beberapa negara, baik jurnal tersebut terkemuka maupun tidak. Tujuh artikel tersebut menggunakan preferensi risiko perusahaan sebagai variabel dependen yang dikorelasikan dengan nilai perusahaan dan harga saham sebagai variabel independen relevan lainnya.

Berikut adalah tabel masalah penelitian mengenai Pengaruh preferensi risiko perusahaan pada nilai perusahaan dan harga saham, berdasarkan *literature review*:

Tabel 1. Literatur Review

N o.	Peneliti	Judul Artikel	Jurnal	Variabel Independen
1.	Alfitra, D., & Anwar	Financial Performance and Stock Prices in	Himalayan Journal of	Financial Ratios

	, F. (2022)	Indonesia: An Empirical Study of The Relationship between Financial Ratios and Stock Prices	Economics and Business Management	
2.	Jing, Q dan Ni, Y. (2022)	Rational Catering of Irrational Emotions: Investor's Sentiment and Executive Tone	Frontiers in Psychology	Executive tone, stock trading dan firm level investor
3.	Jiahui, Xia, et.al. (2022)	Shareholder Personal risk and firm risk: An Empirical analysis of share pledges and firm debt policies	Frontiers in Psychology	Financial Ratio
4.	Puji, H., Lioni, I & Yohanes, I. (2023)	The Effect of underreaction and overreaction of firm stocks to firm valuation: data from Indonesian Stock Exchange	International Journal of Business and System Research	Size, Book Value, Profitabilitas dan market share
5.	Gil Cohen . (2023)	The Impact of ESG Risk on Corporate Value	Review of Quantitative Finance and Accounting	ESG Sustainability Score dan stock annual return
6.	Felix, R & Martin, W. (2023)	Financial Recommendations on Reddit, stock returns and cumulative prospect Theory	Digital Finance	Financial Ratio
7.	Bayara, E. & Ohyun, J. (2024)	Risk Averse Reinforcement Learning for Portfolio Optimization	ICT Express 10	Data pasar modal (Harga saham, crypto price dan komoditas)

Toleransi risiko perusahaan mencerminkan sejauh mana perusahaan siap menerima risiko saat membuat keputusan strategis dan operasional. Organisasi dengan pendekatan konservatif umumnya berusaha mengurangi ketidakpastian dengan memilih alternatif yang lebih aman, seperti berinvestasi dalam prospek jangka panjang yang dapat diandalkan, menerapkan strategi keuangan yang hati-hati, dan menghindari usaha dengan hasil yang tidak pasti. Di sisi lain, perusahaan dengan toleransi risiko yang agresif lebih bersedia mengambil risiko yang lebih besar, seperti mengejar ekspansi cepat, berinvestasi dalam teknologi baru, atau meluncurkan proyek yang menawarkan potensi keuntungan signifikan namun disertai dengan risiko yang lebih tinggi.

Perusahaan konservatif cenderung menghindari risiko, sehingga dianggap lebih stabil oleh pasar, dengan volatilitas harga saham yang lebih rendah, yang meningkatkan kepercayaan investor jangka panjang yang mencari pengembalian dan kestabilan yang konsisten. Namun, perusahaan-perusahaan ini mungkin dianggap kurang inovatif dan tidak cukup agresif dalam memanfaatkan peluang pasar, yang dapat menghambat pertumbuhannya. Sebaliknya, perusahaan dengan preferensi risiko agresif menawarkan potensi pertumbuhan yang lebih besar dan keuntungan yang lebih tinggi, namun disertai dengan ketidakpastian yang lebih besar dan volatilitas harga saham, menjadikannya lebih berisiko bagi investor. Persepsi pasar terhadap risiko suatu perusahaan dipengaruhi oleh penilaian mereka terhadap kemampuan manajemen dalam menghadapi fluktuasi pasar, di mana perusahaan konservatif dianggap lebih dapat diandalkan tetapi kurang inovatif, sementara perusahaan agresif dipandang lebih dinamis namun lebih berisiko.

Preferensi risiko perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap fluktuasi harga sahamnya, yang mencerminkan volatilitas pasar berdasarkan keputusan dan tindakan yang diambil oleh manajemennya. Perusahaan yang lebih konservatif biasanya mengalami volatilitas harga saham yang lebih rendah karena investor mempercayai bahwa perusahaan-perusahaan ini akan menghindari keputusan berisiko yang dapat membahayakan stabilitas keuangan.

Perusahaan dengan risiko tinggi sering kali membuat keputusan yang meningkatkan volatilitas harga saham karena hasilnya bisa sangat bervariasi, baik secara positif maupun negatif. Meskipun strategi ini dapat menghasilkan keuntungan finansial yang signifikan, nilai saham bisa terpengaruh negatif jika hal tersebut tidak berhasil. Perusahaan-perusahaan ini menarik investor yang mencari pertumbuhan cepat, namun mereka waspada terhadap fluktuasi pasar jangka pendek. Sebaliknya, perusahaan dengan toleransi risiko rendah memilih jalur yang lebih aman daripada mengambil risiko, yang mengarah pada perkembangan yang lebih lambat tetapi nilai saham yang lebih stabil. Karena mereka percaya perusahaan tersebut menghindari usaha berisiko tinggi, investor memiliki banyak kepercayaan terhadap perusahaan-perusahaan ini.

Perusahaan konservatif dianggap lebih dapat diandalkan, dengan volatilitas yang lebih rendah dan saham yang lebih kuat dibandingkan dengan perusahaan berisiko tinggi.

Preferensi risiko perusahaan secara langsung memengaruhi jenis proyek yang dipilih oleh manajemen serta keputusan investasi yang diambil. Perusahaan yang memiliki preferensi risiko konservatif cenderung menghindari proyek yang berisiko tinggi dan lebih fokus pada investasi yang lebih aman dan terjamin pengembaliannya, seperti pengembangan produk yang sudah teruji atau ekspansi di pasar yang sudah mapan. Sebaliknya, perusahaan dengan preferensi risiko agresif lebih cenderung mengambil langkah-langkah berisiko, seperti memasuki pasar baru atau menginvestasikan dana dalam teknologi disruptif.

Meskipun perusahaan konservatif biasanya menghasilkan pendapatan yang stabil dengan risiko yang lebih rendah, mereka sering dianggap kurang kreatif, yang mengurangi kemungkinan kenaikan harga saham karena investor lebih tertarik pada ekspansi yang ambisius. Jika perusahaan-perusahaan ini tidak berinovasi seiring waktu, harga saham mereka pada akhirnya bisa stagnan. Di sisi lain, perusahaan agresif yang mengambil risiko tinggi dapat melihat lonjakan harga saham jika proyek mereka berhasil, tetapi penurunan tajam jika proyek tersebut gagal, yang dapat meningkatkan ketidakpastian pasar dan menyebabkan harga saham yang lebih volatil. Pilihan investasi yang diambil oleh perusahaan mencerminkan ekspektasi mereka terhadap masa depan serta bagaimana mereka mengelola risiko. Baik penilaian pasar terhadap potensi pertumbuhan perusahaan maupun reaksi pasar terhadap hasil dari pilihan investasi tersebut mencerminkan hal ini.

Berdasarkan teori keuangan, ada hubungan yang signifikan antara preferensi risiko perusahaan dan kinerja perusahaan, yang tercermin dalam harga saham dan nilai perusahaan. Beberapa teori utama yang relevan untuk pembahasan ini adalah:

- **Teori Agensi:** Teori ini menyatakan bahwa manajer dan pemegang saham mungkin memiliki tujuan yang berbeda. Pemegang saham cenderung menginginkan perusahaan untuk mengambil lebih banyak risiko untuk meningkatkan potensi keuntungan, sementara manajer mungkin lebih memilih menghindari risiko untuk melindungi posisi mereka. Ketidakesesuaian ini bisa mempengaruhi keputusan perusahaan dan akhirnya berdampak pada kinerja pasar.
- **Teori Portofolio:** Teori ini menyatakan bahwa investor akan mencari perusahaan yang memiliki kombinasi risiko dan pengembalian yang optimal. Jika perusahaan terlalu konservatif, mereka mungkin kehilangan peluang investasi yang menguntungkan, yang dapat mengurangi harga saham. Sebaliknya, jika perusahaan terlalu agresif, risiko tinggi dapat mengarah pada ketidakpastian yang lebih besar, menyebabkan harga saham menjadi lebih volatil.

Bukti Empiris: Berbagai penelitian empiris menunjukkan bagaimana pilihan investasi perusahaan dipengaruhi oleh toleransi risikonya, yang pada gilirannya berdampak pada nilai perusahaan dan harga saham. Perusahaan yang cenderung menghindari risiko, misalnya, lebih mungkin memiliki harga saham yang stabil namun lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang siap mengambil risiko untuk inovasi atau ekspansi, menurut penelitian oleh Michaely dan Roberts (2012). Penelitian lain menunjukkan bahwa perusahaan dengan toleransi risiko tinggi dapat memberikan hasil yang lebih baik dalam hal pertumbuhan harga saham dan laba, namun hasil tersebut akan lebih tidak stabil.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Nilai dan Harga Saham: Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi hubungan antara preferensi risiko dan harga saham termasuk tingkat keberlanjutan dari keputusan investasi, transparansi dalam pengelolaan risiko, serta respon pasar terhadap hasil investasi tersebut. Harga saham sering kali mencerminkan ekspektasi pasar tentang bagaimana perusahaan akan mengelola risiko dan memanfaatkan peluang di masa depan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keseimbangan antara mengambil risiko yang tepat dan mengelola ketidakpastian adalah kunci bagi kinerja perusahaan yang sukses di pasar, dengan preferensi risiko memainkan peran yang sangat penting dalam memengaruhi nilai perusahaan dan harga saham.

Simpulan dan Implikasi Penelitian

Studi literatur saat ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dan harga sahamnya sangat dipengaruhi oleh toleransi risiko perusahaan. Perusahaan yang menghindari risiko, atau memiliki preferensi risiko rendah, umumnya menghindari ketidakpastian dan memilih taktik yang lebih aman dan lebih dapat diandalkan. Meskipun ruang untuk ekspansi lebih kecil, strategi ini dapat menghasilkan harga saham yang lebih stabil dan nilai perusahaan yang lebih stabil. Di sisi lain, perusahaan yang mencari risiko, atau memiliki selera risiko tinggi, lebih siap untuk mengambil risiko besar guna meningkatkan pendapatan, yang dapat menyebabkan peningkatan volatilitas harga saham. Dalam jangka panjang, ini dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun ada juga kemungkinan kerugian yang lebih besar.

Secara keseluruhan, pilihan strategis perusahaan, termasuk pembiayaan, ekspansi, dan investasi, dipengaruhi oleh toleransi risiko perusahaan, yang pada gilirannya memengaruhi bagaimana pasar melihat nilai perusahaan dan harga sahamnya. Perubahan dalam selera risiko

perusahaan dapat tercermin dalam penurunan atau peningkatan rasio keuangan dan metrik kinerja perusahaan, yang kemudian dapat memengaruhi harga saham dan persepsi investor. Untuk mencapai kinerja pasar yang optimal dan mempertahankan nilai perusahaan jangka panjang, sangat penting bagi perusahaan untuk menyesuaikan rencana manajerial mereka dengan tingkat risiko yang dapat dikelola.

Referensi

- Alfitra, D., & Anwar, F. (2022). Financial Performance and Stock Prices in Indonesia: An Empirical Study of The Relationship between Financial Ratios and Stock Prices. *Himalayan Journal of Economics and Business Management*.
- Bayarara, E. & Ohyun, J. (2024). Risk Averse Reinforcement Learning for Portofolio Optimization. *ICT Express* 10.
- Felix, R & Martin, W. (2023). Financial Recommendations on Reddit, stock returns and cumulative prospect Theory. *Digital Finance*.
- Gil Cohen. (2023). The Impact of ESG Risk on Corporate Value. *Review of Quantitative Finance and Accounting*.
- Jing, Q dan Ni, Y. (2022). Rational Catering of Irrational Emotions: Investor's Sentiment and Executive Tone. *Frontiers in Psychology*
- Jiahui, Xia, et.al. (2022). Shareholder Personal risk and firm risk: An Empirical analysis of share pledges and firm debt policies. *Frontiers in Psychology*
- Kwang E. T. (2020), Is Stock Prices Reflected in Market Ratios? *International Journal of Contemporary Accounting*. 2(2). 123-138
<https://doi.org/10.25105/ijca.v2i2.8224>
- Puji, H., Lioni, I & Yohanes, I. (2023). The Effect of underreaction and overreaction of firm stocks to firm valuation: data from Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Business and System Research*.
- Vergin, R. C. and Qoronfle M.W (1998). Corporate reputation and the stock market, *Business Horizons*. 41(1), [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(98\)90060-X](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(98)90060-X)
- Yohanes, I. (2022). Improper Uses of Stock Price Variables in Empirical Research: A Review Article. *Journal of Business and Management Studies*
- Jennergren, L.P., 2013. Technical note: value driver formulas for continuing value in firm valuation by the discounted cash flow model. *Eng. Econ*. 58 (1), 59–70.
- S.K. Abbas Rizvi, et.al. 2022. The impact of COVID-19 on the valuations of non-financial European firms. *Heliyon* 8 (2022) e09486

THE CONCEPT OF SOCIAL WELFARE FROM THE PERSPECTIVE OF IBN TAIMIYAH AND IBN KHALDUN (KONSEP KESEJAHTERAAN SOSIAL DARI PERSPEKTIF IBN TAIMIYAH DAN IBN KHALDUN)

Maziyah Mazza Basya*, Achsania Hendratmi, Ririn Tri Ratnasari, Ari Prasetyo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia,
Email: maziyah.mazza.basya-2018@pasca.unair.ac.id

Abstract

This article explores the concept of social welfare, a universal aspiration for all humans. In Islam, welfare encompasses not only material well-being but also spiritual fulfillment. Achieving this welfare requires adherence to Allah's commands and avoidance of His prohibitions. Prominent Muslim thinkers, such as Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun, have extensively discussed this topic. Ibn Taimiyah emphasized the role of government institutions in fostering prosperity, arguing that a government serves as a custodian of divine commandments. By promoting virtues like discipline, honesty, and justice, and discouraging wrongdoing, the government plays a key role in ensuring societal welfare. Similarly, Ibn Khaldun posited that prosperity arises when key factors—such as sharia, political authority, population, wealth, development, and justice—function harmoniously, a concept encapsulated in his "Circle of Equity" theory. This sense of unity enables collaboration, mutual accountability, and the fulfillment of shared obligations, fostering social harmony and driving the development of civilization and prosperity.

Keywords: *Ibn Khaldun, Ibn Taimiyah, Concept, Social Welfare*

Abstrak

Artikel ini membahas konsep kesejahteraan sosial, yang merupakan aspirasi universal bagi semua manusia. Dalam Islam, kesejahteraan tidak hanya mencakup kesejahteraan material tetapi juga pemenuhan spiritual. Untuk meraih kesejahteraan tersebut, manusia harus menaati perintah-perintah Allah dan menjauhi larangan-larangan-Nya. Para pemikir muslim terkemuka, seperti Ibnu Taimiyah dan Ibnu Khaldun, telah banyak membahas topik ini. Ibnu Taimiyah menekankan peran lembaga pemerintah dalam mendorong kesejahteraan, dengan menyatakan bahwa pemerintah berfungsi sebagai penjaga perintah-perintah Tuhan. Dengan mempromosikan nilai-nilai luhur seperti kedisiplinan, kejujuran, dan keadilan, serta mencegah pelanggaran, pemerintah berperan penting dalam memastikan kesejahteraan masyarakat. Demikian pula, Ibnu Khaldun berpendapat bahwa kesejahteraan muncul ketika faktor-faktor utama seperti syariah, otoritas politik, populasi, kekayaan, pembangunan, dan keadilan berfungsi secara harmonis, sebuah konsep yang dirangkum dalam teori "Lingkaran Keadilan" miliknya. Selain itu, Ibnu Khaldun menyoroti pentingnya teori ashabiyah, yang menggarisbawahi persaudaraan Islam. Rasa persatuan ini memungkinkan terjadinya kolaborasi, akuntabilitas bersama, dan pemenuhan kewajiban bersama, sehingga mendorong tumbuhnya keharmonisan sosial dan kemajuan peradaban serta kesejahteraan.

Kata Kunci: *Ibn Khaldun, Ibn Taymiyah, Konsep, Kesejahteraan Sosial*

Introduction

Every human being in this world aspires to achieve prosperity, a goal shared by every country. Leaders want their people to prosper. Every parent wants their family and children to prosper both materially and spiritually. Humans will always try to achieve the prosperity they desire through all lawful means to meet the needs of themselves and their families, including in economic work (Arfaq et al., 2020a). They will provide protection and comfort for their families from all dangers that may arise. In an effort to fulfill their needs, humans will not be able to achieve what they want without the help of others. As Ibn Khaldun said in his book *Muqaddimah*, "Humans as social beings need the help of others to fulfill their

needs." Traders need workers to process raw materials into goods and business partners to make sales.

Allah Himself has guaranteed happiness for His servants and every living creature, as stated in the Qur'an, Surah Hud verse 6, "and there is no creature on earth but Allah gives it life," but this guarantee is given through a person's hard work, as explained by Allah in the Qur'an, Surah Ar Ra'd verse 11, "Indeed, Allah will not change the condition of a people until they change what is in themselves. In addition, society also needs institutions that facilitate, regulate, and maintain norms and regulations that will help them achieve prosperity properly. In modern terminology, these institutions are called "government." The founders of Indonesian

independence have established social protection as a national goal in the Amendment to the Constitution of the Republic of Indonesia and included a chapter on the national economy and social protection in Article 33 of the 1945 Constitution, which emphasizes how poverty and neglected children will be cared for by the government. Unfortunately, these dreams are still far from reality.

The tools commonly used to measure happiness are income and consumption. When we want to measure prosperity using the income approach, we will face problems related to data from the informal sector. In Indonesia, there are more job vacancies in the informal sector compared to job vacancies in the formal sector. Any data related to these two sectors is generally difficult to obtain. In addition, people usually feel uncomfortable responding to financial problems, such as increasing taxes and not wanting to pay them, or being embarrassed if their income comes from illegal activities that are known to the public. At the same time, if we measure happiness using the consumption method, we will be faced with a different reality. For example, people tend not to mention the money they spend on luxury goods or illegal products.

In Islam, humans are said to be prosperous when every individual need is met, including food, clothing, shelter, education, and health, and if religion, property, life, and human honor are maintained and protected. Muslims also have a different perspective compared to those who follow conventional economics in terms of welfare. Therefore, it is very interesting to discuss the concept of welfare in Islam from the perspective of Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun. Therefore, the author will review further the thoughts of Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun regarding the concept.

The novelty of this research lies in the in-depth study of the thoughts of the two figures regarding the concept of welfare, which has not been discussed in detail in contemporary literature. In addition, this research makes a significant contribution by highlighting the relevance of the views of Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun in the context of contemporary social welfare. The implication of this research is to provide an alternative perspective for policymakers in designing welfare strategies that pay attention to material and spiritual aspects, in line with Islamic principles. Thus, this research is expected to provide new insights in efforts to realize more holistic and sustainable welfare in society.

Methodology

This research study focuses on the perspectives of Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun on the concept of social welfare. The research was conducted using a qualitative descriptive method through a literature study approach. Data were collected from primary sources such as books, documents, and journal articles that are relevant to the

views of the two figures on history. In addition, secondary data related to the concept of history in a social context were also used to strengthen the primary data. This secondary data includes literature that discusses the concept and application of social welfare according to Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun. The results of the study were analyzed using an analytical descriptive method, by integrating the concepts obtained to clarify the social views of Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun on social welfare.

Result and Discussion

Profile of Ibn Taimiyah and Ibn Khaldun

Ibn Taymiyyah was born on the 10th of Ramadan in the year 661 H or January 22, 1263 AD in Harran, a Palestinian region not far from Damascus (Taimiyah, 1989). His full name is Abu al-Abbas Ahmad Taqiyyuddin Ibn Taymiyyah bin Sheikh Syhabuddin Abi al-Mahasin, Abdil al-Halim Ibn Taymiyyah bin Sheikh Majdi ad-Din Abi al-Barakat Abdu Taymiyyah bin Salam Ibn Abi Muhammad Abdillah Abi al-Qosim al-Khadri. Ibn Taymiyyah grew up in a family of Syrian scholars who were loyal to the Puritan teachings and were very attached to the Hanbali school. His grandfather, Abdu as-Salam was a prominent religious leader in Baghdad and the author of several books (Boedi Abdullah, 2010). While his father, Ibn Taymiyyah (Abdul Halim) served as the headmaster at a famous school in Damascus.

His family left the country in 1262 AD, before Mongolian tribes arrived and migrated to Damascus when Ibn Taymiyyah was seven years old. Ibn Taimiyah's title was Taqiyyuddin and his nickname was Abul Abbas. As for the cause of the laqab 'Ibn Taimiyah' according to Ibn an-Najjar, the mother of Ibn Taimiyah's grandfather was a woman named Taimiyah because she was the one who gave advice (ustazah) so Ibn Taimiyah was attributed to him (Abu Bakar, 2022).

Ibn Taymiyyah was born into a family of scholars and was a renowned scientist. He grew up with love and simplicity in dressing and eating. This became his routine until his final moments. He also received a comprehensive and focused education, so that at a fairly young age, he was able to memorize the Qur'an. In addition to Ibn Taymiyyah's hidden intelligence, his family environment loved knowledge and actively learned from anyone, anywhere, and anytime. There was no day without Ibn Taymiyyah not reading, listening, and discussing. His soul was almost never empty of knowledge. His uncle also played an important role in Ibn Taymiyyah's education. He also studied with 200 other Sheikhs, so it is not surprising that he was able to master various sciences such as interpretation, hadith, fiqh, mathematics, and philosophy (Farid, 2006a).

As a scientist, Ibn Taymiyyah is well known among scholars to this day. He is known as someone who has broad thoughts, promotes free thinking, sharp emotions, is firm and brave. He is also known as a reformer in the sense of purifying Islamic teachings so that they are not mixed with things that smell like heresy. At the age of 17,

Ibn Taymiyah's teacher, Mufti al-Magdisi, gave Ibn Taymiyah the authority to issue a fatwa in Egypt to immediately eliminate khurafat and heresy (Asmuni, 1996). Experts in heresy and khurafat were loyal enemies of Ibn Taymiyah. He fought without fear or intimidation because of his firm and principled beliefs. Many scholars who lived in his time tried to emulate him, especially those who held high positions and were influential in society. Ibn Taymiyah fought with his pen and diplomacy. He was convinced that the pen was more reliable for exterminating heresy and superstition than the sword (Amin, 1991).

Ibn Taymiyyah has many works, but two of his works discuss economic principles, especially *al-Hisbah fi al-Islam* (the institution of hisbah in Islam) which discusses the market and government intervention in economic life. The second book is *al-Siyasah al-Syarâiyah fi Ishlah al-RaâI wa al-Raâiyah* (Public and Private Law in Islam) which discusses the issue of state revenue and finance. Ibn Taymiyyah died on Monday night, the 20th of Dzulqa'dah 728 AH (Adim et al., 2021; Farid, 2006b).

Ibn Khaldun's full name is Abdurrahman Abu Zaid Waliuddin Ibn Khaldun, born on May 27, 1332 AD, or 9 at the beginning of Ramadan 732 H in Tunisia (Chamid, 2010; A. Karim, 2008). His name was Abdurrahman when he was young, and Abu Zaid was the nickname of Ibn Khaldun's family. Waliuddin was the title given to him when he served as a qadi in Egypt. However, he is better known as Ibn Khaldun (Hidayatullah, 2018). There are many more nicknames that represent the responsibility and position of knowledge related to social status, including al-Wasir, al-Rois, al-Shadrul Kabir, al-Faqihul Jalil, and al-Lamatul Islam Wal Muslimin (Wafi, n.d.).

Ibn Khaldun's father was Abu Abdullah Muhammad, who was an expert in Arabic language and literature as well as other sciences. Ibn Khaldun had two brothers: Muhammad, who was a professor, and Yahya, who later became known as a historian and politician. Of the three brothers, Ibn Khaldun was the most famous. Since childhood, Ibn Khaldun had memorized the Quran, as instructed directly by his father. Ibn Khaldun's father had extensive knowledge in the fields of rhetoric, poetry, and Islamic philosophy (Sulayman, 1987). Pursuing the science of the Quran, Ibn Khaldun studied under the guidance of Muhammad Ibn Sa'ad Ibn Burrah, while he learned Arabic from his father and other scholars such as Muhammad Asy-Syawwasy Az-Zarzali, Sheikh Muhammad Ibn Al-Arabi al-Hayri, Sheikh Ahmad Ibn Al-Qasyar, and Sheikh Ibn Baar. Ibn Khaldun studied with many other teachers (Arifin, 2021a).

His main position in the government was being a member of the scientific council of Sultan Abuânân of the Marin Dynasty in the capital city of Fez, and then being appointed as one of the king's secretaries of state. He then became a lecturer and was also appointed as Qadhi Qudlat, or supreme judge. Because of his fame as a judge,

he was hated in the Egyptian government and spread false rumors. Then he stopped and returned to teaching, reading, and writing. He returned after he felt calm after leaving all his official duties. And at that time, he created his monumental work, "Muqaddimah."

Ibn Khaldun died at the age of 76 (according to the Hijri year) in Cairo, a village near the Nile, around the city of Fusthath, where the al-Qamhiah madrasah was located, a place where philosophers, teachers, and politicians served. Ibn Khaldun was buried in the beautiful Sulfi cemetery outside Cairo. In this regard, al-Maqrizi explained that the Sulfi cemetery is located among the tombs built by emirs and dignitaries in the 8th century. Ibn Khaldun was buried there because he had been a Sufi order, Ybbera Khangah, and a sheikh (Arifin, 2021a).

Welfare from an Islamic Perspective

According to the Great Dictionary of the Indonesian Language, welfare comes from the word 'sejahtera' which means safe, peaceful, prosperous, and harmonious. Welfare can also be interpreted as a word or phrase that refers to the situation or condition of the community concerned, whether in a healthy, peaceful, or prosperous state. In a broad sense, welfare is the freedom of society from the shackles of poverty, ignorance, and fear so that they have a safe life both materially and spiritually (Indonesia, 2008).

Islam is the highest religion that aims to lead its people to true happiness in life. Therefore, Islam prioritizes human happiness, both in this world and in the hereafter. In other words, Islam (with all its teachings) really hopes that humanity will achieve material and spiritual well-being (Sodiq, 2015). Welfare is the main goal of Islamic teachings in the economic field. Welfare is part of rahmatan lil alamin taught by Islam. However, the welfare stated in the Qur'an is not unconditional. Allah will provide welfare for those who do what He has commanded and avoid what He has forbidden (Syamsuddin & Mojo, 1994).

The definition of welfare in Islam is the close relationship between Islamic law and welfare. Islamic economics, as an integral part of Islamic law, certainly has goals that are inseparable from the main goals of Islamic law. The main goal of Islamic economics is to realize the goal of humans to achieve happiness in the world and the hereafter (falah) and a good and honorable life (al-hayah al-thayyibah). Of course, this is fundamentally different from the definition of economics that develops in conventional economics that are materialistic and secular (Qardhawiy, 1996).

Economic growth is a means to achieve distributive justice because it has the potential to create new jobs. With the creation of new jobs, the real income of the community will increase, which is a sign of prosperity in Islamic economics. In the concept of Islamic economics, money is a public good, while capital is a private good. Money belongs to the community, so anyone who hoards money (does not pay taxes) will reduce the amount of money in circulation, causing the economy to stagnate. If

money is blood, then an economy without money is like a body lacking blood, so hoarding money is prohibited in the life of a Muslim (A. A. Karim et al., 2002).

Since capital is privately owned, capital is a commodity that needs to be produced so that its value does not decline due to inflation. Therefore, capital becomes one of the objects of zakat for those who do not want to work. Capital creates profit. Islam offers an alternative by practicing *mudhabarah* or *musyarakah* (profit-sharing business), while for those who do not want to take risks, Islam also offers another alternative by practicing *qardh* (loans without compensation). In Islam, pursuing income (*maasyishah*) is the main weapon to combat poverty, the main source of wealth, and the dominant factor in shaping global prosperity. Islam strongly condemns unemployed beggars and passive people who only wait for sustenance. Every effort to find halal food is recorded as worship (Qardhawiy, 1996).

The Qur'an discusses the signs of prosperity in verses 3-4 of Surah Al-Uraish: "When they worship Allah (the owner) of this house (the Kaaba), who gives them food to relieve hunger and protects them from fear." Based on the verse above, in the following verses of the Qur'an, there are three signs of prosperity, namely worshipping Allah who rules the universe, eliminating hunger and fear. The first sign of prosperity is human dependence on his Lord, the ruler of the universe. This is a form of spiritual development. It is understandable that if all indicators of prosperity are based on material aspects, it does not guarantee that the homeowner will be happy. Often we see people who have luxurious houses, lots of property, and lots of cars but are always restless and restless. In fact, not a few people end their lives by committing suicide, even though they are materially sufficient. Therefore, human dependence on God which is applied in the form of sincere devotion (worship) to Him is the main indicator of a person's prosperity and happiness.

The second sign, the disappearance of hunger (fulfillment of the need to consume), in the verse above it is said that Allah is the one who gives them food to eliminate hunger. This statement shows that in Islamic economics, the fulfillment of human consumption needs which are the benchmark for happiness must be sufficient (enough to eliminate hunger) and must not be misused or even piled up. Maximum plundering of property, especially if it must use forbidden methods (forbidden by religion), which of course is not in accordance with Allah's recommendations in the letter of Quraish, will occur. If this is done, then corruption, extortion, fraud, and other forms of crime will no longer exist (Athiyah, 1992).

The third sign is the disappearance of fear, which symbolizes a sense of security, comfort, and peace. If crimes such as rape, robbery, theft, murder, and other crimes often occur in a society, this proves that the society does not enjoy prosperity, comfort, and peace in life. Thus, crime disappears or appears at a minimal level so that comfort is created for the community which means life becomes more prosperous.

Another verse that serves as a guide to achieving prosperity is in the Al-Quran, surah an-Nisaa verse 9 which reads, "And those who fear Allah, they leave weak children behind them, whom they love. So let them fear Allah and speak good words. Based on this verse, caring for the next generation is a form of poverty, not happiness, this verse invites people to avoid poverty by working hard as a form of endeavor and trust in Allah, as narrated in the hadith of the prophet by al-Baihaqi. Allah likes people who do good deeds or work hard and seriously (professional) (al-Qaradāwī, 1973).

In the verse above, Allah also advises humans to protect the next generation (their children) from falling into poverty. This can be done by preparing or educating the next generation of the nation with quality, ethical, and material-oriented education. society, so that they become capable and ethical human beings by always remembering that children are the most valuable assets of parents. Thus, it can be concluded that prosperity according to Islam can be achieved by developing a mentality of relying only on the creator (fearing Allah) and also speaking honestly and truthfully. Allah also advises us to prepare the next generation of the nation who are strong in their piety to Allah and strong economically (Ar-Razi, 1981).

The Quran also mentions prosperity in Surah An-Nahl verse 97: "Whoever does good deeds, whether male or female, while being a believer, then surely We will give them a good life and surely We will reward them with the best of what they used to do." Based on this verse, we can conclude that whoever is serious in doing good deeds, then he will obtain prosperity, both male and female, regardless of appearance, and Allah will give a good life in this world and a reward in the hereafter. A good life can be interpreted as a life that is safe, peaceful, comfortable, and calm, has abundant sustenance, and is free from all burdens and difficulties faced by a person.

The Qur'an, Surah Al-Hadid, verse 20 is also used as a reference for the welfare of society, which means "Know that the life of this world is only a game and something that is not permanent (eternal), namely laziness, embellishment and pride. "Among you are some who are proud of the abundance of wealth and children, like the rain that surprises a farmer, then he perishes. And in the hereafter there will be a painful punishment and forgiveness from Allah and His pleasure. and the life of the world is nothing but a deceiving pleasure. Regarding this verse, al-Mawardi explains that the ignorant society is known as a society that often competes in the luxury of wealth and the number of children they have, which will ultimately drive humans to arrogance and destruction. Therefore, believers are encouraged to compete in obedience and faith in Allah. Aspects that are usually used as indicators of happiness, such as income level (amount of wealth), number of children, place of residence, and so on, can mislead someone if not accompanied by spiritual or moral development towards sacred values. The culture of monotheism (moral and spiritual development) is the main sign of prosperity (Ar-Razi, 1981).

The Concept of Social Welfare According to Ibn Taimiyah

Prosperity is a condition that everyone wants. There is no human being who does not want it because in this life there are many pleasures, such as prosperity, justice, peace, and happiness. Prosperity will be realized with the existence of government institutions or the state. Ibn Taimiyah emphasized that the state is a means to carry out Allah's commands. Ibn Taimiyah argued that only society and its nation can achieve prosperity, therefore, all human life needs a state to fulfill religious obligations and consider it as a goal of prosperity. The state also encourages its citizens to do good and forbids them from doing bad. Based on these facts, Ibn Taimiyah's political thought offers realism as a means and flexibility that traditional theories do not have, so it is very likely that Ibn Taimiyah's thoughts will be studied as a principle for material change in political life and the commonwealth (Basri & Matroni, 2022).

Human life in a country is certainly inseparable from economic problems, in terms of economy, the state has great authority to take monetary policy (controlling currency expansion), set market prices, and carry out economic planning. Taxes must be collected throughout the year, regardless of the state of the state treasury. According to Ibn Taimiyyah, the main sources of state revenue are zakat, subsidies, taxes, and fines. If a country experiences a crisis or its income is insufficient, the government can borrow funds from other countries or the private sector. To ensure prosperity, the government must form a financial supervisory institution (al-Hisbah) to manage economic activities, which are managed by economists (Basri & Matroni, 2022).

The government has full authority to set prices if market imperfections disrupt the country's economic function. As long as it does not disrupt the country's economy, the government cannot intervene in prices as long as there is a market mechanism. Pricing is a process that depends on the gravitational pull between consumers and producers in the product (goods) and input (factors of production) markets. There are also those who define price as an amount of money that represents the exchange value of one unit of a particular object, while a fair price is the value of goods paid for the same object considering the time of delivery and location. According to Ibn Taimiyyah, a fair price is the price at which people sell their goods and is generally considered comparable to the amount of goods sold or other similar goods at a certain place and time (Meriyati, 2016).

In the discussion on determining fair prices, there are two parts, namely the first part: *Iwadh al-Mitsl*, namely similar substitution, namely the fair value of an element without any addition or reduction. *Tsaman al-Mitsal*, namely the selling price of an item that is generally comparable to the goods sold or other similar goods at a certain place and time. If someone sells goods at a higher price because the price increase is caused by a shortage of inventory due to a decrease in the supply of goods, then

this does not require a price adjustment. Because the price increase is a reasonable price increase and perfect competition, there is no element of speculation (Maulidizen, 2019).

If there is a group of people who do monopoly, then the government is responsible for regulating the price. This is done to calculate a fair price. Monopoly is an unfair practice and is very detrimental to other parties, it is an unfair practice. Regulation is a government action in setting the price of basic necessities with the aim of maintaining justice and meeting the basic needs of the community (Anita, 2019; Rosdi, 2016).

Ibn Taimiyyah distinguishes two types of pricing, namely unreasonable and unjust pricing and reasonable and legitimate pricing. Unreasonable and unjust pricing is pricing that occurs when prices rise due to free competition in the market, namely a lack of supply or an increase in demand. The justice desired by Ibn Taimiyyah is related to the principle of *laa dharar*, which means not hurting or harming others. Thus, the application of justice will avoid injustice (Awalia, 2022).

According to Ibn Taimiyyah, the current market mechanism plays an important role in determining the price level that can result in the greatest price fluctuations. If the government does not apply general prices, people will have difficulty meeting their daily needs. Meanwhile, if the government imposes prices on the market arbitrarily, it will cause strong reactions and protests from traders who do not want to lower prices. This in turn can disrupt the stability of the previously stable market mechanism and make it unstable. Therefore, the government must be fair to the community and consider all market players, not only buyers but also sellers, to balance the market (Awalia, 2022).

Therefore, Ibn Taimiyyah argues that prices in the market are influenced by supply and demand. Ibn Taimiyyah emphasizes interaction; always doing good and eliminating evil in all aspects of life, including *muamalah*. Avoiding things that can be oppressive or detrimental to one party (Arifin, 2021b). In this case, Ibn Taimiyyah also pays attention to a fair salary system. He uses the term equal wages (*ujrah almitsl*) and calls the idea of fair or equal wages a real idea in the market as the price of work (*tasâir fi al-aâmal*). A fair salary is one way to meet basic needs. This salary is known to both parties (*tsaman musamma*); for example, buying, selling, or renting something will be considered the same (Rofiq, 2019).

Furthermore, health is an important factor that creates the quality of human life. Increasing family happiness is a difficult task related to improving the quality of human life. The ability of a household to meet basic needs is limited by its income. According to Mosher, income is one of the variables that can be used to determine happiness (Ramadhani et al., 2024).

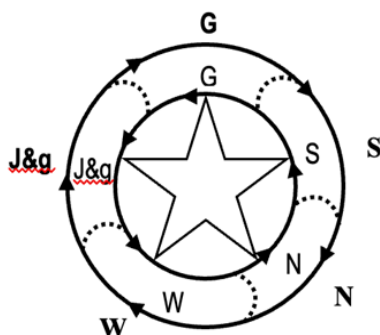
A person's income is closely related to his wealth. In the book *Concepts of Economics* by Ibn Taimiyah, he divides wealth into three parts, namely the first part, personal ownership. The use of individual property remains within reasonable limits and should not be used excessively, but

must be used effectively. Monday: collective ownership. Collective property can take many forms. For example, an item is owned by two or more people or belongs to an organization or association. There are also goods or objects that belong to a community living in a certain area. Or belong to the entire community. These assets are often the livelihood of many people. The third day: As state property, the state demands full ownership of its income, sources of income, and the ability to fulfill its obligations, such as education, improving morals, upholding justice, respecting the law, and protecting all people in general. The material and spiritual interests of the state. According to Ibn Taimiyah, the main sources of state revenue are zakat and confiscated property (qhanimah) (Fasiha, 2017).

The Concept of Welfare According to Ibn Khaldun

Ibn Khaldun explained that people's welfare cannot be separated from the economic and political relations of the state. Ibn Khaldun has a theory of the Circle of Equality. In this circle of justice there are six variables that defend each other and influence the development or decline of a civilization, namely: sharia, political power or government, society, finance, property or wealth, development and justice. To determine the level of happiness, there must be an appropriate role that is interrelated between variables (Chapra, 2016).

All of these variables form a circle of interdependence and influence on each other. Each variable is a factor that determines the progress and decline of a civilization. The concept of circular justice according to Ibn Khaldun is considered unique because it does not rely on definite assumptions (*ceteris paribus*) as taught by conventional economics today. Because there are no fixed variables, one variable can be a trigger, while the other variables can be active in the same direction or not, because errors in one variable cannot immediately spread and cause negative impacts, but can be repaired. If the damaged variable can be repaired, then management will be able to get back on track. Conversely, if the damaged variable cannot be repaired immediately, then the circle will rotate counterclockwise towards the damage (Arfaq et al., 2020b)



Gambar 1. Distribusi Responden Penelitian

Information:

G : Government/ Al-Mulk (Government)

S : Shariah

W : Wealth/ Al-Maal

N : Nation/ Ar-Rijaal (Society or People)

D : Development/ Al-Imarah (Development)

J : Justice/ Al-Adl (Keadilan)

To show the development of a civilization or country, you can read its components clockwise. While to represent the process of damage in the direction of destruction, the direction is counterclockwise. The power of the government or ruler (al-mulk) can only be obtained through the implementation of sharia law. Sharia law can only be enforced in its entirety by the government or ruler (al-mulk). Sovereignty can only gain power through the people (ar-rijal). Humans can only survive through wealth (al-mal). Wealth (al-mal) can only be obtained through development (al-imarrah). Development can only be obtained through justice (al-adl). Justice is the measure (al-mizan) that God uses to judge humans. The government or ruler (al-mulk) is sovereign and responsible for achieving justice (Arfaq et al., 2020b).

Providing an understanding of sharia (S) covering various aspects of worship, ethics, and muamalah. Conducting research and applied studies on the economic life of society (N). If the economic life of society improves accompanied by awareness of sharia law which includes good ethics and morals, then these efforts and activities can improve the welfare (W) of the entire society. A prosperous society will easily implement the recommendations of sharia law, such as giving zakat, infaq, and subsidies, in order to realize economic balance and justice. This justice is upheld by the conscience of people who have abundant wealth to be distributed in the form of worship to the less fortunate (Wicaksono & Faizah, n.d.-a).

A prosperous society (W) will easily build infrastructure that supports all forms of activities, such as places of worship, hotels, educational facilities, transportation, and others. Development is achieved with the aim of achieving equality and prosperity. When the economy is strong, the government (G) can work well. This description also explains how the decline of civilization occurs. Umar Chapra said that Muslims have the ability to bring all variables into the circle of justice and become the main force in achieving Islamic civilization. However, these variables are not actually determined by the government. The government (G) which shows the decline of civilization begins to forget its duties and responsibilities by not making sharia (S) a guideline and reference in all fields, especially companies. Justice and development (j&G) demanded by society (N) cannot be provided evenly by the government. The impact is a decline in happiness and prosperity. This is the basis for the decline of Islamic civilization.

To achieve prosperity, Ibn Khaldun has the concept of *asabiyah* which explains the concept of brotherhood in Islam so that they work together to achieve the same goals, control each other's interests and realize shared obligations to achieve prosperity and play a determining

role in the development of a civilization (Wicaksono & Faizah, n.d.-b).

The principle of ashabiyah put forward by Ibnu Khaldun (1986) is part of the social variable (N) in the circle of justice in accordance with Ibnu Khaldun's thoughts about happiness. Ashabiyah can develop if justice (J) is implemented through the application of sharia (S) in which there is no element of coercion. The government or authorities (G) are tasked with administering justice (J) and sharia (S) to ensure that society (N) achieves prosperity by fulfilling their respective obligations and obtaining fair benefits from development results (W and G). It can be said that the asabiyah theory put forward by Ibnu Khaldun is a theory based on society, both formal and informal, with a spirit of brotherhood. Ibnu Khaldun also explained that asabiyah badawah means traditional community or village and asabiyah hadharah means modern society or city. If linked to the economic principles explained by Ibn Khaldun, the asabiyah theory becomes the economy of society, both traditional and modern. Khoiruddin explained that Ibn Khaldun's thoughts on empowering rural communities (ashabiyah badawah) are based on two pillars, namely agriculture and family. Then, empowering urban communities (ashabiyah hadharah) is based on two pillars, namely trade and industry (Arfaq et al., 2020b).

In trade there is a market mechanism. In the book *Muqaddimah* by Ibn Khaldun he divides goods into two groups, namely basic necessities and complementary goods. According to him, if a city develops and the population increases, then the fulfillment of basic needs will be the main priority and the need for additional goods will increase along with the growth of the city and changes in lifestyle. According to Ibn Khaldun, an increase or decrease in demand for a product will have an impact on the price. If goods are reduced, the price will increase. However, if the distance between cities is close and safe, then the number of goods will be abundant and the price will fall. Therefore, Ibn Khaldun identified the forces of supply and demand as determining factors for price equilibrium. Furthermore, the market mechanism process requires ethical principles, including: fairness, honesty, transparency, and propriety (Farida, 2012; Mujahidin, 2018).

The next theory of social welfare is the understanding of labor, especially the division of labor in society based on the specialization and expertise of each community. This will have an impact on increasing the output of manufacturing units. Ibn Khaldun proposed mutually beneficial cooperation to meet economic needs. This theory shows the coherence of Ibn Khaldun's thoughts on how to create wealth for the country. If you want to prosper, you must advance domestic production so that it can be used abroad to generate profits and improve the welfare of the country (Mujahidin, 2018).

The government cannot create money. The money spent by the government comes from the people, in the form of taxes. Taxes as one of the sources of state revenue must be managed well in order to provide maximum results

and can then be used to improve the social welfare of the community. Therefore, according to Ibn Khaldun, the existence of tax services is important for government power. This agency manages financial activities and exercises state power regarding state revenue and expenditure.

According to Ibn Khaldun, prosperity and development depend on economic activity, the number and distribution of labor, the size of the market, the advantages and facilities provided by the State. This in turn depends on the amount of savings or surplus generated after meeting the needs of the community. The more activities we do, the stronger the state. High incomes will help increase the savings rate and increase investment in equipment, which will then contribute more to growth and prosperity.

When income and welfare levels are high, tax revenues also increase, so that the government can allocate more funds for the welfare of the people. According to Ibn Khaldun, the most important means to achieve welfare and development are society, government, and justice. In society, solidarity is needed to increase cooperation so that productivity increases, solidarity will be stronger if there is justice. On another occasion, Ibn Khaldun also stated that economic, hygienic, moral, and social factors affect the size of the population of a society and the large number of population creates welfare (Maulidizen, 2019).

Conclusion and Research Implication

Conclusion

Prosperity is something that is highly desired by all humans on earth, because it contains happiness, peace, and justice. Islam strongly desires that humanity achieve physical and spiritual prosperity. Humans can achieve it by carrying out Allah's commands and avoiding His prohibitions. In addition, according to Ibn Taimiyah, prosperity also comes from society and the state. The state invites humans to do good and prevent evil. The government and society adhere to a harmonious, honest, and just lifestyle to create prosperity.

In the tradition of Ibn Khaldun, which emphasizes that welfare cannot be separated from the relationship between the economy and state policy. There is a theory of the Circle of Justice with six variables, namely Sharia, government or ruler power, society, property or wealth, development, and justice. If all these variables run well, then welfare will be created. Ibn Khaldun also has an asabiyah theory about brotherhood in Islam so that they can work together to achieve the same goal, namely welfare.

Research Implication

Future research should focus on exploring the intricate relationships between Islamic principles and prosperity, specifically examining how spiritual and physical well-being can be integrated within community practices. Studies could empirically analyze Ibn Khaldun's Circle of Justice to assess the role of its six variables—Sharia, government power, society, property, development, and justice—in fostering welfare across different cultural

contexts. Additionally, investigating the practical implications of Ibn Taimiyah's views on the partnership between society and the state could provide insights into effective governance models that promote good and prevent evil. Research on the relevance of asabiyah in contemporary society would be beneficial, particularly in understanding how social cohesion and collective efforts contribute to achieving communal prosperity. Comparative analyses between Muslim-majority and other nations regarding the implementation of these principles could further highlight best practices for enhancing economic development and social justice. Ultimately, longitudinal studies that track the impacts of governance and societal values on welfare indicators over time could yield significant insights into the effectiveness of integrating Islamic teachings into modern socio-economic policies.

Referensi

- Abu Bakar, A. (2022). Pemikiran Ekonomi Islam Ibn Taimiyah. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 118–124. <https://doi.org/10.35905/banco.v3i2.2597>
- Adim, A., Ekonomi, M., Fakutas, S., Dan, E., & Islam, B. (2021). Pandangan Ibnu Taimiyah Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* (Vol. 2).
- Al-Qaradāwī, Y. (1973). *al-Imān wa-al-hayāh*. Maktabat Wahbah.
- Amin, M. (1991). *Ijtihad ibn Taimiyyah dalam bidang fikih Islam*. INIS. <https://books.google.co.id/books?id=4ucdAAAAIAAJ>
- Anita, D. (2019). Relevansi Pemikiran Ibnu Taimiyah Terhadap Regulasi Harga Di Indonesia. *Jurnal Pemikiran Islam*, 3(1), 39–64.
- Arfaq, F. F., Hendratmi, A., & Ramadhan, D. S. (2020a). Konsep Kesejahteraan Perspektif Ashabiyah Ibnu Khaldun Dalam Wisata Religi Tebuireng. *At-Taqaddum*, 12(1), 25. <https://doi.org/10.21580/at.v12i1.5342>
- Arfaq, F. F., Hendratmi, A., & Ramadhan, D. S. (2020b). Konsep Kesejahteraan Perspektif Ashabiyah Ibnu Khaldun Dalam Wisata Religi Tebuireng. *At-Taqaddum*, 12(1), 25. <https://doi.org/10.21580/at.v12i1.5342>
- Arifin, S. R. (2021a). Pandangan Ibnu Taimiyah dan Ibnu Khaldun tentang Mekanisme Pasar. *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 212–222.
- Arifin, S. R. (2021b). Pandangan Ibnu Taimiyah dan Ibnu Khaldun tentang Mekanisme Pasar. *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 212–222.
- Ar-Razi, M. F. (1981). *Tafsir Al-Fakhr ar-Razi asy-Syahir bi Tafsir al Kabir Wa Mafatih al Ghaib*.
- Asmuni, Y. (1996). *Dirasah Islamiyah III: Pengantar Studi Pemikiran dan Gerakan Pembaharuan Dalam Dunia Islam*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Athiyyah, M. al D. (1992). Al kasysyaf al iqtishadi li ayat al qur'an al karim. *Riyadh: Al Dar al Ilmiyah Lil Kitab al Islami*.
- Awalia, R. (2022). Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyah. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 63–78.
- Basri, H., & Matroni, M. (2022). The concept of country and leadership in islamic political philosophy of ibn taimiyah. *JURNAL SETIA PANCASILA*, 3(1), 39–46.
- Boedi Abdullah, B. (2010). *Peradaban pemikiran ekonomi Islam*. Pustaka Setia.
- Chamid, N. (2010). *Jejak langkah sejarah pemikiran ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar. <https://books.google.co.id/books?id=XiXpjwEACAAJ>
- Chapra, M. U. (2016). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Kube Publishing Limited. <https://books.google.co.id/books?id=0NGpDAAAQBAJ>
- Farid, S. A. (2006a). *60 Biografi Ulama Salaf*. Pustaka Al-Kautsar. <https://books.google.co.id/books?id=MsDqPgAACAAJ>
- Farid, S. A. (2006b). *60 Biografi Ulama Salaf*. Pustaka Al-Kautsar. <https://books.google.co.id/books?id=MsDqPgAACAAJ>
- Farida, U. J. (2012). Telaah Kritis Pemikiran Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Pasar Dalam Konteks Ekonomi Islam Kekinian. *La Riba*, 6(2), 257–270.
- Fasiha, F. (2017). Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyah. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 2(2), 111–127.
- Hidayatullah, I. (2018). Pandangan Ibnu Khaldun Dan Adam Smith Tentang Mekanisme Pasar. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 117–145.
- Ibnu Khaldun (1986). *Muqaddimah: an Introduction to the History of the World (Terjemah)*. Jakarta: Pustaka Firdaus
- Indonesia, T. R. K. B. (2008). Kamus Bahasa Indonesia. *Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*, 725.
- Karim, A. (2008). *Sejarah pemikiran ekonomi Islam*. RajaGrafindo Persada. <https://books.google.co.id/books?id=UOJSNwAACAAJ>
- Karim, A. A., Masrurroh, I., & Indonesia, T. I. (2002). *Sejarah pemikiran ekonomi Islam*.
- Maulidizen, A. (2019). Economic Thought of Ibn Taimiyah and Relevance to the World Economic and Community Economic System. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 20(2), 131–146.
- Meriyati, M. (2016). Pemikiran Tokoh Ekonomi Islam: Ibnu Taimiyah. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 2(1), 23–34.
- Mujahidin, M. (2018). *Ibn Khaldun's Economic Thought*.
- Qardhawy, M. Y. Al. (1996). Musykilatul Fakri wa Kaifa 'alajahal Islam, alih bahasa Umar Fanany. *Islamic Conception in Alleviating Poverty, Ct*, 3.
- Ramadhani, H., Marliyah, M., & Rahmani, N. A. B. (2024). Analisis Sistem Upah Buruh Harian Lepas Dalam Peningkatan Kesejahteraan Buruh Di Kota

- Medan Perspektif Ibnu Taimiyah. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 674–682.
- Rofiq, M. K. (2019). Pemikiran Ekonomi Islam Ibnu Taimiyah. *An-Nawa: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 28–60.
- Rosdi, M. S. M. (2016). Ummah economic remedy: between Islamic economics and Islamic political economy. *Journal of Business Management and Economics*, 4, 38–46.
- Sodiq, A. (2015). The concept of welfare in Islam. *Equilibrium: Journal of Islamic Economics*, 3, 381–405.
- Sulayman, F. H. (1987). *Pandangan Ibnu Khaldun tentang Ilmu dan Pendidikan*. Diponegoro.
- Syamsuddien, D. I., & Mojo, A. R. (1994). *Daarussalaam: prototype negeri yang damai*. Media Idaman Press.
- Taimiyah, I. M. A. (1989). *Al Furqan :antara kekasih Allah dan kekasih syaitan /Ibn Taimiyah ; penerjemah, Abdurrahman Masykur*. Pustaka Panjimas.
- Wafi, A. A. W. (n.d.). *Ibnu Khaldun: riwayat dan karyanya*. PT Grafitiper. <https://books.google.co.id/books?id=ybnXjwEACAAJ>
- Wicaksono, A. I., & Faizah, S. I. (n.d.-a). Kesejahteraan Masyarakat dari Perspektif Ashabiyah Ibnu Khaldun. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(11), 2192–2201.
- Wicaksono, A. I., & Faizah, S. I. (n.d.-b). Kesejahteraan Masyarakat dari Perspektif Ashabiyah Ibnu Khaldun. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(11), 2192–2201.

ANALISIS SWOT DALAM OPTIMALISASI FINANCIAL TECHNOLOGY DI KOPERASI SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH (SWOT ANALYSIS IN OPTIMIZING FINANCIAL TECHNOLOGY IN ISLAMIC COOPERATIVE TO INCREASE ISLAMIC FINANCIAL INCLUSION)

Sri Cahyaning Umi Salama*, Afifah Nur Millatina
Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Malang
Malang, Jawa Timur, Indonesia
Email: scumisalama@umm.ac.id

Abstrak

Financial technology memiliki potensi besar dalam memperluas akses keuangan bagi masyarakat, terutama bagi anggota Baitul Maal wa Tamwil dan koperasi syariah. Namun, implementasi micro-fintech (fintech di Lembaga keuangan mikro) masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan adopsi teknologi, regulasi, serta persaingan dengan fintech konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi optimalisasi financial technology pada Lembaga keuangan mikro syariah untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah di Indonesia dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi dan studi literatur. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi optimalisasi micro-fintech dapat dilakukan dengan mengembangkan platform digital yang lebih inklusif, meningkatkan edukasi dan literasi digital bagi anggota, serta memperkuat Kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan Lembaga keuangan syariah. Dengan strategi yang tepat, implementasi micro-fintech di BMT dapat semakin efektif dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah di Indonesia.

Kata Kunci: micro-fintech, Baitul maal wa tamwil, inklusi keuangan syariah, digitalisasi keuangan

Abstract

Financial technology has great potential to enhance financial accessibility, particularly for members of Baitul Maal wa Tamwil (BMT) or Islamic cooperatives. However, the adoption of micro-fintech (fintech in microfinance institutions) still faces various challenges, such as limited adoption of technology, regulations, and competition with conventional fintech. This study aims to analyze the strategy of optimizing financial technology in Islamic microfinance institutions to increase Islamic financial inclusion in Indonesia using the SWOT analysis approach. This study is a qualitative study with data collection techniques through observation and literature studies. Based on the results of the SWOT analysis, the strategy for optimizing micro-fintech can be carried out by developing a more inclusive digital platform, increasing education and digital literacy for members, and strengthening cooperation with various parties, including the government and Islamic financial institutions. With the right approach, micro-fintech implementation in BMT can be more effective in increasing Islamic financial inclusion in Indonesia.

Keywords: micro-fintech, Baitul maal wa tamwil, Islamic financial inclusion, financial digitalization.

Introduction

Technology develops rapidly and has a significant impact on various sectors, including the financial sector. Financial Technology (fintech) is one of the innovations that emerged from this technology. The existence of fintech provides convenience in accessing financial services digitally (Eickhoff, 2018).

The origin of fintech can be traced back to the introduction of credit cards in the 1960s, and has evolved to the emergence of blockchain technology. According to Boot (2021), fintech as the putcome of technological anf financial innovation, with the potential to enhance the

efficiency and accessibility of financial services (Bernards, 2019).

Fintech not only has an impact on the economy at the micro level, but also at the macro level. Fintech has a significant impact on the exchange rate and inflation rate in Indonesia. In addition, fintech can also reduce inflation and delay the weakening of the exchange rate (Narayan & Sahminan, 2018).

In Indonesia, the development of fintech is very rapid, especially in the Islamic financial sector, both in the form of banking and non-banking. Islamic Microfinance Institutions (IMFI/BMT) are one of the Islamic financial

institutions that have currently begun to develop their financial technology, hereinafter referred to as "micro-fintech" (Ascarya & Sakti, 2022; Visconti, 2020). BMT has an important role in the economy of the lower middle class through sharia-based microfinance services (Ajija et al., 2018). However, limited accessibility and operational efficiency are the main challenges faced by BMT. Therefore, micro-fintech is a strategic solution that can increase access to financial services, expand customer networks, and improve service quality. Currently, micro-fintech in Indonesia comes in many forms, namely website and application-based. Application-based micro-fintech can currently be found on the Appstore and Playstore.

The micro-fintech needed by BMT is for digital payments, p2p financing, p2p social and e-commerce, which can be developed by BMT itself, APEX, BMT organizations, fintech companies that are already experts in the field that is usually done offline using an online approach, while for collecting ziswaf funds can be done online (Ascarya & Sakti, 2022; Haidar, 2021). The financial transaction features in microfintech are different from banking fintech facilities. In micro-fintech, you can only make financial transfers between accounts in one BMT or cooperative, not across BMTs. Other facilities available are payments for water, electricity, credit purchases, and ziswaf payments. Not all BMTs provide micro-fintech facilities for their members and not all micro-fintechs are also available on all system platforms, for example, there are a number of micro-fintechs that are only available on Android but not on iOS. Based on search results on the Playstore, there are approximately 46 BMTs out of thousands of BMTs in Indonesia that have provided micro-fintech. However, there are only no more than five BMTs that develop on iOS or on both platforms.

The success of a fintech application is not only determined by the features offered to its users, but also seen from user satisfaction and perception. User reviews on the Google Playstore and Apple Appstore are one of the important indicators for measuring user experience with the application. These reviews reflect various aspects such as ease of use, completeness of features, security, reliability, and compliance with sharia principles.

Research that analyzes user reviews to evaluate islamic fintech applications is still very limited. Previous research has been conducted by Isa and Suryomurti who analyzed sentiment on the perception of islamic fintech in Indonesia (Isa & Suryomurti, 2023). The study shows that Indonesian people give a positive response to the development of islamic fintech. In addition, there is a study using VOSViewer and SenStrenght using secondary data using 71 papers published over a period of 5 years and 50 respondent questionnaires which show that people tend to give a positive response to islamic fintech (Isa & Suryomurti, 2023). Other studies were also conducted to analyze sentiment on the OVO and Mint e-wallets with results showing that satisfaction with using OVO and Mint (Khan et al., 2023). Sentiment analysis was also carried out on e-wallets in India using Analysis on e-wallet apps

feedback. The majority of users gave quite negative sentiment and only a few gave positive sentiment (Kathiravan et al., 2021). Customer experience research in the fintech sector has also been conducted using the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) approach which shows that perceived value, customer support, assurance, speed and perceived firm innovativeness have a significant influence on customer experience in fintech (Barbu et al., 2021). So far, fintech sentiment research is still around e-wallets and fintech developed by financial institutions in the form of banks, while fintech owned by BMT (micro-fintech) is still rarely studied. This research is expected to provide valuable insights into user needs and expectations, as well as help application developers to improve service quality. Therefore, this study aims to analyze user reviews of micro-fintech applications on Playstore and Appstor to evaluate the performance and implementation of sharia principles.

Theoretical Review

Micro-Fintech and Financial Inclusion

The digitalization of financial services has enabled micro-fintech to increase the efficiency and reach of services. Technologies such as big data and blockchain provide many important roles, such as increasing transaction security and operational efficiency.

Micro-fintech is an informal term used by a number of researchers to refer to fintech developed by MFIs (Ascarya & Sakti, 2022; Haidar, 2021). In other studies, the term fintech-micro is also used (Haidar, 2021). Both terms refer to the same thing, and in this study the term "micro-fintech" will be used.

Micro-fintech is a combination of microfinance and financial technology that aims to provide digital-based financial services to low-income communities, micro-enterprises, and communities who do not have access to banking finance (unbanked and underbanked). The services provided include micro loans, MFI member registration, financing payments, and other cooperative products.

Financial inclusion is an effort to ensure that all levels of society have access to affordable and quality financial services. Financial inclusion is influenced by the level of financial innovation, poverty rate, financial sector stability, economic conditions, financial literacy and financial regulations that differ in each country or region (Ozili, 2020). In Indonesia, many fintechs are in the form of cooperatives with permits from the OJK in terms of their operations, especially in fintech in the form of peer-to-peer lending. Meanwhile, other fintechs developed by cooperatives (conventional and sharia) that are not under the OJK only provide limited features for their members,

not as many as those under the supervision of the OJK. The OJK regulates in POJK number 77/POJK.01/2016 concerning financial services in the form of technology-based lending (fintech). The OJK collaborates with the Indonesian Ministry of Communication and Information and the Investment Alert Task Force to eradicate illegal fintech so as not to cause anxiety for the Indonesian people (Kamal & Ningsih, 2021).

SWOT Analysis

SWOT analysis is one of the business strategy tools in managing a company and comparing it with its competitors (Mercieca et al., 2019). The use of SWOT is not only used in organizations or companies, but can also be used to analyze individuals.

The four components of SWOT are used to identify internal and external factors. Strengths refer to internal elements of an organization to facilitate the achievement of goals, while weaknesses are internal elements that interfere with or hinder the success of the organization. Opportunities are external elements that help to achieve goals, which are not only seen from a positive environment but also analyze gaps and initiate new organizational activities. Challenges are aspects of the organization's external environment that are barriers to achieving organizational goals. Both academics and practitioners have applied SWOT as a strategic planning technique to develop organizations (Benzaghta et al., 2021).

Methods

Research Design

The study uses a qualitative approach with a case study method to analyze the optimization of micro-fintech in increasing Islamic financial inclusion in BMT in Indonesia. This approach is used because it is able to explore understanding related to opportunities, challenges, and strategies that can be applied in the development of micro-fintech in BMT (Bergin, 2018; Onwuegbuzie et al., 2012; Pomerantsev & Rodionova, 2021).

Data Type and Source

The data sources used are secondary data, in the form of documents, related regulations, and literature studies relevant to the research topic. The data collection technique used is a documentation study by collecting data from BMT, OJK regulations related to Islamic micro-fintech, and user reviews on mobile applications.

Population and Sample

In this study, 46 BMTs in Indonesia were used which developed their micro-fintech on mobile platforms (both iOS and Android).

Data Analysis Method

The data analysis technique used is to identify internal and external factors, compile SWOT, triangulate data, and draw conclusions. Data validity is carried out by triangulating data that compares the results of observations and documents obtained from various sources (Alexander & Saleeshya, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Results

Baitul maal wa tamwil as an Islamic microfinance institution in Indonesia has great potential and function to reduce poverty and enhance society welfare (Yumna & Clarke, 2019). Indonesia has many BMTs spread throughout the country, both in urban and rural areas. In areas with a Muslim majority and dense population, there are more BMTs compared to areas with a small Muslim population or sparsely populated. This is due to the high demand for finance in the area.

Unlike banking financial institutions, there are still many BMTs in Indonesia that use traditional methods. The system that is not yet integrated with the internet makes member information access to their accounts limited. Micro-fintech is basically nothing new. In a number of micro finance institutions, some have made it used only for its members. In this study, as many as 46 BMTs or KSPPS have been collected that have developed their fintech on the Appstore and Playstore.

Table 1. Availability of Islamic Micro-Fintech in the form of Applications

N = 46	
Platforms	Number of BMT
AppStore (IOS)	5
Playstore (Android)	46
Location	
Java	43
Outside Java	3

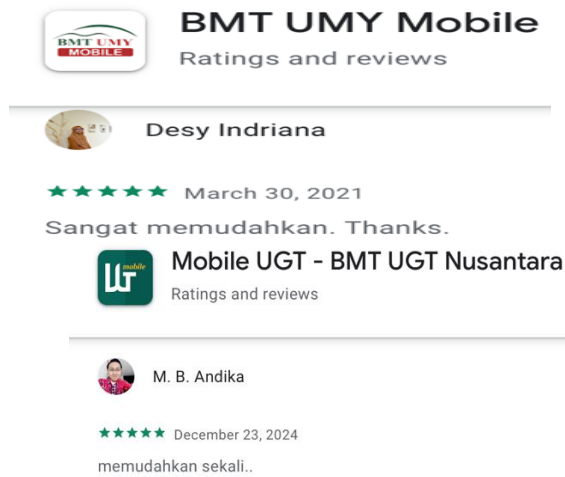
Source: Processed data

The majority of applications developed by BMT or Islamic Cooperatives are available on Playstore, or developed on Playstore (Android), while on Appstore there are still very few (only 10 percent). The small number of developers on AppStore (IOS) causes BMT members who do not have Android-based phones to be unable to access the application because BMTs that develop on Playstore (Android) are not necessarily. Developing on AppStore (IOS), while BMTs that develop on IOS also develop it on Playstore (Android). The majority of these BMTs come from Java, and only 7 percent come from outside Java, namely in South Sulawesi, South Sumatra, and Lampung.

Discussion

Based on the 46 BMT, a SWOT Analysis can be carried out with the following explanation:

The first strength is that it is easy to use. This is shown from the results of user reviews of the application which state that the available applications are quite easy to use.



Source: Playstore review of BMT UMY and BMT UGT Sidogiri applications. Accessed 10 Feb 2025

Figure 1. Review of User Ease of Islamic micro-fintech digital application

In addition to making it easier for members to access the features and financial products of the BMT, the existence of this BMT fintech can also be used to monitor or make installment payments for financing. This allows members to be more effective and efficient in making payments or viewing their financial history.

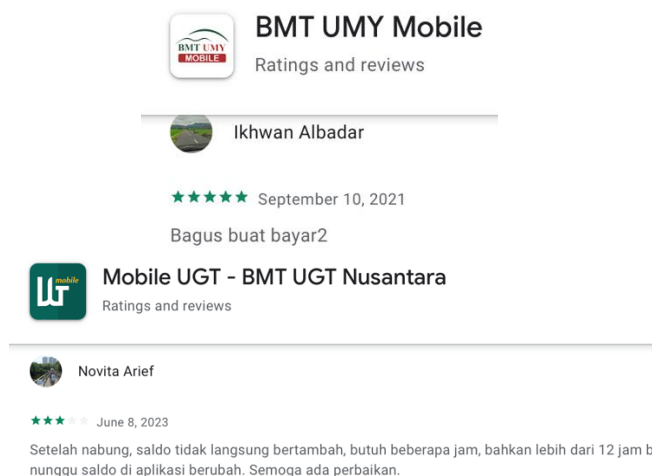


Figure 2. Users Review of Financial Features in the Islamic Micro-Fintech Application (BMT UMY Mobile and Bobile UGT)

The features provided in the BMT fintech application are quite numerous, such as savings information, savings mutations, financing history, deposit balances, purchases, payments, transfers, change pins, transaction archives, assistance, and deactivation. Transfers have different definitions, some can transfer to banks or just transfer between BMT member accounts.

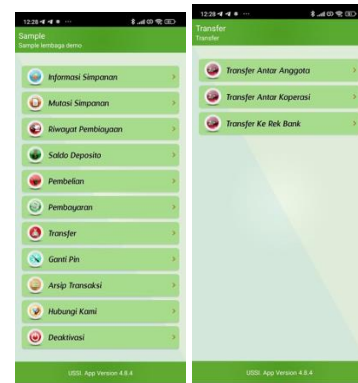


Figure 3. Financial Features in BMT Assakinah Online's Digital Application

In addition to the above, the strength of micro fintech is the existence of clear market segmentation. This is because the target users are cooperative members who are already involved in the Islamic economic system, so it is easier to accept and use micro-fintech applications. Next is the analysis of the weaknesses of Islamic micro-fintech. A number of weaknesses were found in existing applications. First, there are still many BMT or BMTs that have not provided or developed their digital finance in the form of applications. This is indicated by only 46 BMTs that provide their applications, while the number of BMTs in Indonesia is around 4,500 units (KNEKS, 2023). However, many have been found to be website-based.



Figure 4. BMT Financial Access Services in the Form of a Website (BMT Mandiri Ukhawah Persada)

Second, micro-fintech services are still not as complex as fintech issued by BMT or cooperatives under the supervision of OJK. Referring to Figure 3, the services provided by BMT in its application are all financial products originating from BMT itself. Financial access such as clearing, overseas transfers, e-wallets, mutual funds, bonds or sukuk are still not available. This is certainly related to licensing from OJK, while BMTs that develop their micro-fintech are only under the supervision of the Ministry of Cooperatives and SMEs (Septianingsih et al., 2024).

Third, the limited number of BMTs outside Java that develop micro-fintech. Based on the results of observations conducted on 46 micro-fintech applications on the Playstore or Appstore, there are only 3 BMTs from

outside Java that develop, namely BMT Al Ittifaqiah from South Sumatra, BMT As'adiyah from South Sulawesi, and BMT Fajar from Lampung, the rest are from Java.

Fourth, the lack of digital literacy in small BMTs. Not all BMTs have the resources and skills to adopt technology effectively. Although it is known that financial digitalization in BMTs is important, many are still unable to do so, both in terms of finance and human resources. In fact, many BMTs still record their financial transactions manually in books.

External factors appear in the form of opportunities and challenges. In micro-fintech in Indonesia, there are several opportunities that arise. First, there are many features that can still be developed in micro-fintech applications. Micro-fintech has advantages over other fintechs developed by other financial institutions, such as waqf. Many BMTs have permits as waqf nazhir. Therefore, this is a great opportunity for micro-fintech to optimize these products.

Second, there is regulatory and government support in relation to efforts to boost the digitalization of Islamic finance. The government, through KNEKS, is targeting at least 500 BMTs to be digitalized by 2024 (KNEKS, 2023). According to KNEKS, there are four stages towards BMT digitalization, namely understanding the minimum operational functions of BMT; development of management support system reporting and supervision; development of member services such as opening savings via mobile phones, online financing processes, and so on; and development of business aspects such as supply chain building a digital ecosystem.

Third, collaboration between Islamic banks and BMT in the development of micro-fintech. This can be in the form of convenience in financial transactions involving banks, such as transferring funds to banks, and other financial activities.

Although micro-fintech has a number of good benefits for institutions, members, and the economy, it still has a number of challenges that must be faced.

First, BMT with its unique characteristics that combine Baitul maal and Baitul tamwil, as well as the close relationship between management and members that does not exist in other Islamic financial institutions, with the presence of this micro-fintech will actually threaten this uniqueness (Wulandari et al., 2016). This is because the activeness of micro-fintech reduces the interaction between members and management. Members who usually need to come to the office to make payments or use products from BMT, access it more often via their mobile phones.

Second, the diverse background of members with a fairly wide age range means that not all members can use the application, which causes BMTs that have spent quite a lot of money to develop micro-fintech to be less effective. In addition, BMTs with a member profile from rural areas will also face challenges in socializing their applications to

members who are not familiar with technology (Dow-Fleisner et al., 2022).

The next challenge is public sentiment towards the term fintech (Isa & Suryomurti, 2023; Kathiravan et al., 2021; Utami et al., 2022). Currently, the image of fintech in society is not very good because people assume that it is associated with illegal online loans so that people generalize that all fintech is the same, as well as micro-fintech.

Another challenge is big data security and regulatory compliance. It is undeniable that the data security factor is a sensitive issue for the public, especially after the incident of the leak of personal data of Indonesian people. Regulations made by the government regarding data security will be ignored (Hasan et al., 2022; Martupa et al., 2021; Riyadi, n.d.).

In addition, the problem of unequal digital infrastructure is also a challenge. Although internet users are now much more than five to ten years ago, in remote areas it is still not reached. This is also proven by the developers of existing micro-fintech applications (listed in Playstore and Appstore) the majority of which are in West Indonesia (especially in Java) and some are in Central Indonesia, while in East Indonesia there are none at all.

Strength:

1. Facilitates members in accessing BMT finances
2. Easy-to-use applications
3. Clear user segmentation

Weakness:

1. There are still many BMT that do not provide micro-fintech for their members
2. Micro-fintech services are still not as complex as the fintech issued
3. Only BMTs with large assets have micro-fintech applications or websites. Meanwhile, BMT or Islamic cooperatives with small assets still do not have
4. Limited distribution outside Java

Opportunity:

1. Many features can still be developed by micro-fintech
2. Unlike fintech banks, microfintech issued by BMT nazhir wakaf can manage waqf using micro-fintech
3. Government support
4. Collaboration with Islamic banks and fintech

Threat:

1. Making members not close to the managers who are unique to BMT
2. The diverse background of members with a fairly wide age range means that not all members can use the application. Especially older members.
3. Competition with conventional fintech
4. Security and regulatory compliance
5. Obstacles to technology adoption
6. Uneven digital infrastructure

Based on the SWOT analysis above, several strategies can be formulated as follows. First, internal strengthening strategy. This can be done by providing a more inclusive platform by increasing accessibility for all members, including BMTs with small assets. Another way is to hold training and education for users (BMT members) by holding routine training for members, especially the elderly or members who are not familiar with technology, so that they are more familiar with micro-fintech technology.

The second strategy is market development. This can be done by collaborating with Islamic banks and fintech for joint product development, sharing digital infrastructure, and expanding services to remote areas. In addition, it can also be done by encouraging innovation in new features by utilizing the differences between fintech and banking by presenting waqf and zakat management features based on micro-fintech. And, optimizing government support by encouraging regulations that support the development of Islamic fintech for BMTs with small assets, including assistance in developing digital infrastructure.

Third, threat mitigation strategy. This strategy can be done by maintaining the uniqueness of BMT in its digitalization process. One way is to develop an online consultation feature or hybrid system that allows members to interact directly with managers if they experience problems using the application or when they want to make financial transactions. In addition, increasing security and regulatory compliance is also a concern in implementing technology and digital certification is needed to ensure that member data is well protected and BMT also continues to implement government regulations regarding data security.

Fourth, long-term strategy. This strategy can be carried out by developing an even digital infrastructure. This can be achieved through collaboration between internet service providers, the government, and BMT for the development of digital networks, especially outside Java. In addition, there needs to be an increase in digital literacy and Islamic finance that must continue to be improved through digital-based education programs, so that the community is more prepared to optimally utilize micro-fintech services.

Conclusion

This study shows that optimizing financial technology in BMT has great potential in increasing Islamic financial inclusion. Through SWOT analysis, it is known that the main strength of Islamic micro-fintech is the ease of financial access for members and clear market segmentation. However, there are several weaknesses that are obstacles, namely the limited number of BMTs or Islamic cooperatives that adopt micro-fintech, limited service features, and the inequality in implementation between BMTs with large and small assets.

Nevertheless, micro-fintech still has a number of opportunities, namely the potential for developing innovative features, government support, and the possibility of collaborating with Islamic banks and other fintechs. However, a number of threats also need to be

anticipated, such as reduced direct interaction between members and managers, gaps in technology adoption among users, and data security and government regulations.

Based on these findings, there are several strategic steps that can be taken by BMTs to develop and optimize their micro-fintech functions, namely strengthening digital infrastructure, developing a more inclusive fintech platform, increasing digital literacy for members, and collaborating with various stakeholders. With the implementation of the right strategy, micro-fintech in BMT can be more effective in expanding access to Islamic financial services and supporting economic growth.

Acknowledgments

We would like to thank the LEMBAGA PENGEMBANGAN PUBLIKASI ILMIAH Universitas Muhammadiyah Malang for sponsoring this research.

Reference

- Ajija, S. R., Hudaifah, A., Wasiaturrahma, Sulistyaningsih, L., A'yun, K. Q., Mukti, H. K., Salama, S. C. U., Rofiqoh, S. N. I., & Azzizah, U. A. (2018). *Koperasi BMT: Teori, Aplikasi dan Inovasi*. CV Inti Media Komunika.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=CtWyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=info:TIG57_1fH-kJ:scholar.google.com&ots=L98ypYbcXb&sig=cDi5jUUrDJ_tZ56482LoDmsl5k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Ascarya, A., & Sakti, A. (2022). Designing micro-fintech models for Islamic micro financial institutions in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(2), 236–254. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2020-0233>
- Barbu, C. M., Florea, D. L., Dabija, D. C., & Barbu, M. C. R. (2021). Customer experience in fintech. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1415–1433. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050080>
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Bergin, T. (2018). *An Introduction to Data Analysis : Quantitative, Qualitative and Mixed Methods*. 1–296.
- Bernards, N. (2019). The poverty of fintech? Psychometrics, credit infrastructures, and the limits of financialization. *Review of International Political Economy*, 26(5), 815–838. <https://doi.org/10.1080/09692290.2019.1597753>
- Boot, A. (2021). Fintech: what's old, what's new? *Journal of Financial Stability*, 53. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2020.100836>
- Dow-Fleisner, S. J., Seaton, C. L., Li, E., Plamondon, K., Oelke, N., Kurtz, D., Jones, C., Currie, L. M., Pesut, B., Hasan, K., & Rush, K. L. (2022). Internet

- access is a necessity: a latent class analysis of COVID-19 related challenges and the role of technology use among rural community residents. *BMC Public Health*, 22(1), 1–11.
<https://doi.org/10.1186/S12889-022-13254-1/TABLES/5>
- Eickhoff, M. (2018). What do FinTechs actually do? A Taxonomy of FinTech Business Models. In *ICIS 2017: Transforming Society with Digital Innovation*.
https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus_id/85126502819
- Haidar, A. (2021). Developing Fintech-Micro BMT (FMB) Model. *Ekonomi Islam Indonesia*, 3(2).
- Hasan, M. K., Alkhalifah, A., Islam, S., Babiker, N. B. M., Habib, A. K. M. A., Aman, A. H. M., & Hossain, M. A. (2022). Blockchain Technology on Smart Grid, Energy Trading, and Big Data: Security Issues, Challenges, and Recommendations. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2022(1), 9065768.
<https://doi.org/10.1155/2022/9065768>
- Isa, M., & Suryomurti, W. (2023). *Sentiment Analysis on the Perception of Sharia Fintech in Indonesia*. 146–169. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-176-0_11
- Kamal, U., & Ningsih, A. S. (2021). The Urgency of Revising the Finance Services Authority Regulation Number 77/POJK.01/2016 As an Umbrella Law in Practicing Peer to Peer Lending Based on Financial Technology in Indonesia. *Pandecta Research Law Journal*, 16(1), 186–194.
<https://doi.org/10.15294/PANDECTA.V16I1.30397>
- Kathiravan, C., Rajasekar, A., Velmurgan, S., Mahalakshmi, P., Chandramouli, E., Suresh, V., Padmaja, B., & Dhanalakshmi, K. (2021). Sentiment Analysis And Text Mining Of Online Customer Reviews For Digital Wallet Apps Of Fintech Industry. *International Journal of Aquatic Science*, 12(03), 2139–2150.
- Khan, S., Khan, H. U., Nazir, S., Albahooth, B., & Arif, M. (2023). Users Sentiment Analysis Using Artificial Intelligence-Based FinTech Data Fusion in Financial Organizations. *Mobile Networks and Applications*, 29(2), 477–488.
<https://doi.org/10.1007/S11036-023-02246-Z/METRICS>
- KNEKS. (2023). *Pengembangan BMT menuju Sustainability melalui Transformasi Digital*. <https://kneks.go.id/berita/548/pengembangan-bmt-menusu-sustainability-melalui-transformasi-digital?category=1>
- Martupa, A. E., Marune, S., & Hartanto, B. (2021). Strengthening Personal Data Protection, Cyber Security, and Improving Public Awareness in Indonesia: Progressive Legal Perspective. *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 2(4), 143–152.
<https://doi.org/10.46336/IJBESD.V2I4.170>
- Alexander, L. M., & Saleeshya, P. G. (2022). Qualitative analysis of different lean assessment methods: A comprehensive review of applications. *Materials Today: Proceedings*, 58, 387–392.
<https://doi.org/10.1016/J.MATPR.2022.02.325>
- Mercieca, M., Schembri, F., Inglott, A. S., & Azzopardi, L. M. (2019). SWOT Analysis. *Pharmaceutical Technology*, 40(4), 40.
<https://doi.org/10.5040/9781501365287.2732>
- Onwuegbuzie, A. J., Leech, N. L., & Collins, K. M. T. (2012). Qualitative Analysis Techniques for the Review of the Literature. *Qualitative Report*, 17, 1–28.
<http://www.nova.edu/ssss/QR/QR17/onwuegbuzie.pdf>
- Ozili, P. K. (2020). *Financial inclusion research around the world: a review*.
<https://ssrn.com/abstract=3515515>
- Pomerantsev, A. L., & Rodionova, O. Y. (2021). New trends in qualitative analysis: Performance, optimization, and validation of multi-class and soft models. *TrAC Trends in Analytical Chemistry*, 143, 116372.
<https://doi.org/10.1016/J.TRAC.2021.116372>
- Riyadi, G. (n.d.). *Data Privacy in the Indonesian Personal Data Protection Legislation Standard-Nutzungsbedingungen*. Retrieved February 13, 2025, from <https://hdl.handle.net/10419/249440>
- Septianingsih, R., Abdullah, A., & Salleh, M. Z. M. (2024). *A Systematic Review: Challenge of Islamic Microfinance Baitul Maal Wat Tamwil in Indonesia BT - Islamic Finance: New Trends in Law and Regulation* (N. Mansour & L. Bujosa, Eds.; pp. 19–26). Springer Nature Switzerland.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-48770-5_3
- Utami, H., Purnama, A. A., Hidayanto, A. N., Utami, S. H., Purnama, A. A., & Hidayanto, A. N. (2022). Fintech Lending in Indonesia: A Sentiment Analysis, Topic Modelling, and Social Network Analysis using Twitter Data. *International Journal of Applied Engineering & Technology Copyrights @ Roman Science Publications*, 4(1).
- Visconti, R. M. (2020). Microfintech: Outreaching Financial Inclusion with Cost-Cutting Innovation. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3533873>
- Narayan, S. W., & Sahminan, S. (2018). HAS FINTECH INFLUENCED INDONESIA'S EXCHANGE RATE AND INFLATION? *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 21(2), 177–190.
<https://doi.org/10.21098/bemp.v21i2.966>
- Wulandari, P., Kassim, S., Adhi Kasari Sulung, L., & Iwani Surya Putri, N. (2016). Unique aspects of the Islamic microfinance financing process: Experience of Baitul Maal Wa Tamwil in Indonesia. *Humanomics*, 32(3), 230–247.
<https://doi.org/10.1108/H-09-2014-0062>
- Yumna, A., & Clarke, M. (2019). Examining the Outreach of Islamic Charity Based Microfinance Programmes: Empirical Evidence From Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 849–872.
<https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1111>

ANALISIS *MARKETING MIX* DAN LABEL *AHLUSSUNNAHWALJAMAAH* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA KULIAH DI IUQI BOGOR (*ANALYSIS OF MARKETING MIX AND AHLUSSUNNAHWALJAMAAH'S LABEL ON THE DECISIONS OF COLLEGE STUDENTS AT IUQI BOGOR*)

Roisiyatin, Walma Warisa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Ummul Quro Al Islami
Bogor, Jawa Barat, Indonesia
Email: roisiyatin@iuqibogor.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *marketing mix* (7P) dan label *Ahlussunnahwaljamaah* (Aswaja) terhadap keputusan mahasiswa kuliah di Institut Ummul Quro Al Islami (IUQI) Bogor. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, penelitian ini melibatkan populasi 1.613 mahasiswa IUQI Bogor dengan sampel 94 responden yang dipilih melalui teknik *simple random sampling*. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *physical evidence* dan label Aswaja berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sementara variabel *product*, *promotion*, *price*, *people*, *place*, dan *process* tidak berpengaruh signifikan. Namun secara simultan, seluruh variabel *marketing mix* dan label Aswaja berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa dengan nilai koefisien determinasi sebesar 78,4%. Implikasinya, IUQI Bogor perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas fasilitas fisik serta memperkuat label Aswaja sebagai diferensiasi dalam strategi pemasarannya, sambil tetap mengoptimalkan elemen *marketing mix* lainnya untuk meningkatkan daya tarik institusi.

Kata Kunci: Aswaja, *marketing mix*, keputusan, kuliah.

Abstract

This research aims to analyze the influence of the marketing mix (7P) and the Ahlussunnahwaljamaah (Aswaja) label on students' decisions to study at the Ummul Quro Al Islami Institute (IUQI) Bogor. Using a quantitative approach with explanatory research, this research involved a population of 1,613 IUQI Bogor students with a sample of 94 respondents selected using a simple random sampling technique. Primary data was collected using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The research results show that partially, physical evidence and the Aswaja label have a significant effect on student decisions, while the product, promotion, price, people, place and process variables do not have a significant effect. However, simultaneously, all marketing mix variables and the Aswaja label have a significant positive effect on student decisions with a coefficient of determination value of 78.4%. The implication is that IUQI Bogor needs to maintain and improve the quality of its physical facilities and strengthen the Aswaja label as a differentiation in its marketing strategy, while continuing to optimize other marketing mix elements to increase the institution's attractiveness.

Keywords: Aswaja, *marketing mix*, decision, lecture.

Pendahuluan

Pendidikan merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan masyarakat, dan saat ini persaingan antar lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi, semakin ketat. Baik perguruan tinggi negeri maupun swasta menghadapi tantangan baru, sehingga mereka harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas agar tetap relevan dan kompetitif di pasar pendidikan yang semakin padat. Di era teknologi saat ini, strategi untuk menarik minat calon mahasiswa dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) menjadi sangat penting.

Beberapa variabel seperti reputasi, besaran Uang Kuliah Tunggal (UKT), fasilitas, kurikulum, dan promosi menjadi faktor-faktor kunci yang dipertimbangkan calon mahasiswa. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus merumuskan strategi yang efektif dan inovatif, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk menjangkau calon mahasiswa. Calon mahasiswa yang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi biasanya akan memilih institusi yang dapat mereka percayai untuk memberikan pendidikan yang bermutu, menghasilkan gelar akademik yang diakui, serta mendukung pengembangan pengetahuan dan keahlian mereka. Pendidikan sendiri memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta merupakan fondasi penting dalam upaya

meningkatkan harkat dan martabat bangsa. Perguruan tinggi diharapkan mampu membuktikan kompetensi mahasiswa mereka melalui karya ilmiah dan inovasi teknologi yang dihasilkan.

Namun, dalam realitasnya, persaingan antar perguruan tinggi sangat ketat, terutama dalam upaya menarik jumlah mahasiswa yang lebih banyak. Calon mahasiswa memiliki banyak pilihan, dan mereka cenderung mempertimbangkan model pendidikan serta prospek karier setelah lulus. Dengan melihat dinamika ini, perguruan tinggi perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan mampu meningkatkan daya saing mereka.

Kemampuan bersaing tersebut dipengaruhi oleh strategi *marketing mix* yang diterapkan. Bauran pemasaran (7P), yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik, memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

Institut Ummul Quro Al Islami (IUQI) Bogor, sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Indonesia, juga menghadapi persaingan ketat. Dengan jumlah perguruan tinggi yang mencapai 4.621 institusi di Indonesia pada tahun 2020, termasuk 3.136 perguruan tinggi swasta, persaingan ini menciptakan tantangan besar bagi IUQI untuk menarik calon mahasiswa, terutama di provinsi Jawa Barat yang memiliki lebih dari 400 perguruan tinggi.

Dalam konteks ini, penting bagi IUQI Bogor untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Strategi *marketing mix* yang terdiri dari 7P telah terbukti efektif dalam memengaruhi keputusan konsumen, termasuk di sektor pendidikan tinggi. Meskipun begitu, pengaruh masing-masing elemen bauran pemasaran bisa berbeda tergantung karakteristik institusi dan konteksnya. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor seperti reputasi akademik, biaya kuliah, lokasi, dan prospek karier menjadi pertimbangan utama dalam keputusan mahasiswa. Namun, belum ada penelitian komprehensif yang secara khusus menganalisis bagaimana *marketing mix* memengaruhi keputusan mahasiswa di IUQI Bogor.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen IUQI dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan perguruan tinggi yang semakin kompetitif.

Selain itu, karena persaingan tidak hanya terjadi antar perguruan tinggi umum, tetapi juga di kalangan perguruan tinggi Islam, IUQI Bogor juga perlu mempertimbangkan penggunaan identitas *Ahlu Sunnah Wal Jamaah* (*Aswaja*) sebagai bagian dari strategi mereka. Label *Aswaja* sebagai identitas keagamaan yang moderat dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi calon mahasiswa yang mencari pendidikan tinggi berbasis Islam.

Dengan menggabungkan *marketing mix* dan strategi identitas *Aswaja*, penelitian ini diharapkan memberikan pandangan baru tentang cara meningkatkan efektivitas pemasaran dan *positioning* IUQI Bogor di pasar pendidikan tinggi yang kompetitif. Spesifikasi khusus *aswaja* dalam *labeling/brand* perguruan tinggi perlu diteliti untuk melihat pola preferensi konsumen Muslim yaitu mahasiswa-mahasiswa Muslim, dimana hal ini belum diteliti secara spesifik oleh peneliti terdahulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh *marketing mix* dan label *Aswaja* secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan calon mahasiswa dalam memilih IUQI Bogor.

Kajian Teori

Marketing Mix dalam Pendidikan Tinggi

Marketing mix dalam konteks pendidikan tinggi telah berkembang dari konsep 4P tradisional menjadi 7P yang lebih komprehensif. Konsep 7P ini meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*. Dalam studi terbaru, Jiang et al. (2023) menekankan pentingnya adaptasi *marketing mix* untuk menghadapi tantangan era digital dan ekspektasi mahasiswa yang terus berubah (Jiang, 2023):

1. *Product* dalam Konteks Pendidikan Tinggi
Product dalam pendidikan tinggi mencakup program studi, kurikulum, dan layanan pendukung. Studi oleh Chen & Wang (2022) menunjukkan bahwa inovasi kurikulum dan kesesuaian dengan kebutuhan industri menjadi faktor kunci dalam menarik calon mahasiswa (Arazeem, 2022).
2. *Price* dan Strategi Penetapan Harga
Aspek *price* meliputi biaya kuliah, beasiswa, dan skema pembayaran. Penelitian Muthoni & Kinyanjui (2023) mengungkapkan bahwa fleksibilitas pembayaran dan ketersediaan beasiswa berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa (Muthoni, 2023).
3. *Place* dan Aksesibilitas
Lokasi kampus dan kemudahan akses menjadi pertimbangan penting. Studi yang dilakukan oleh Rahman et al. (2024) menemukan bahwa fasilitas transportasi dan kedekatan dengan pusat kota mempengaruhi pilihan mahasiswa (Rahman, 2024).
4. *Promotion* dan Strategi Komunikasi
Efektivitas promosi sangat bergantung pada pemilihan media dan pesan yang tepat. Penelitian Widodo & Pratama (2022) menunjukkan bahwa penggunaan *influencer marketing* dan konten interaktif di media sosial meningkatkan minat calon mahasiswa (Widodo, 2022).
5. *People* dalam Institusi Pendidikan
Kualitas staf akademik dan non-akademik memiliki peran *crucial*. Studi oleh Li & Zhang (2023) mengungkapkan bahwa reputasi dosen dan keramahan staf administrasi berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa (Li, 2023).
6. *Process* dan Kualitas Layanan

Efisiensi proses administrasi dan pembelajaran menjadi faktor penting. Penelitian Nguyen et al. (2024) menunjukkan bahwa kemudahan proses pendaftaran dan responsivitas layanan akademik mempengaruhi persepsi calon mahasiswa (Nguyen, 2024).

7. *Physical Evidence* dan Lingkungan Kampus: Fasilitas fisik dan atmosfer kampus berkontribusi pada citra institusi. Studi yang dilakukan oleh Patel & Mehta (2023) menemukan bahwa modernitas fasilitas dan estetika lingkungan kampus mempengaruhi keputusan mahasiswa (Patel, 2023).

Faktor-Faktor Pemilihan Perguruan Tinggi

Keputusan memilih perguruan tinggi merupakan proses kompleks yang melibatkan berbagai faktor. Penelitian oleh Arazeeem & Tomomowo-Ayodele (2022) mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti reputasi akademik, prospek karir, dan kualitas pengajaran memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan mahasiswa. Lebih lanjut, Suhud et al. (2024) menemukan bahwa media sosial dan rekomendasi teman sebaya juga memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan mahasiswa (Suhud, 2024).

Pemilihan perguruan tinggi merupakan keputusan penting yang dipengaruhi oleh berbagai faktor kompleks. Penelitian terbaru mengidentifikasi beberapa faktor utama yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi:

1. Reputasi dan Kualitas Akademik: Reputasi institusi dan kualitas program akademik tetap menjadi faktor penentu utama. Mahasiswa cenderung memilih perguruan tinggi yang dikenal memiliki standar akademik tinggi dan reputasi yang baik di bidang studi yang diminati (Saleem et al., 2021).
2. Prospek Karir dan *Employability*: Peluang karir setelah lulus menjadi pertimbangan penting. Mahasiswa mencari perguruan tinggi yang menawarkan program dengan tingkat *employability* tinggi dan memiliki jaringan kuat dengan industri (Aydin, 2020).
3. Biaya dan Dukungan Finansial: Faktor finansial, termasuk biaya kuliah, biaya hidup, dan ketersediaan beasiswa atau bantuan keuangan, sangat mempengaruhi pilihan mahasiswa, terutama dalam konteks meningkatnya kesadaran akan masalah utang pendidikan (Raghuram et al., 2020).
4. Lokasi dan Fasilitas Kampus: Lokasi geografis perguruan tinggi dan kualitas fasilitas kampus, termasuk teknologi pembelajaran, laboratorium, dan fasilitas olahraga, memainkan peran penting dalam keputusan mahasiswa (Nghia et al., 2022).
5. Program Internasionalisasi: Kesempatan untuk pengalaman internasional, seperti program pertukaran pelajar dan kerjasama global, semakin menjadi faktor penarik bagi calon mahasiswa (Masud et al., 2023).
6. Kualitas Pengajaran dan Rasio Dosen-Mahasiswa: Mahasiswa mempertimbangkan kualitas pengajaran dan ketersediaan akses ke dosen, yang sering tercermin dalam rasio dosen-mahasiswa (Saleem et al., 2021).
7. Lingkungan Pembelajaran dan Kehidupan Kampus: Suasana kampus, keragaman mahasiswa, dan ketersediaan kegiatan ekstrakurikuler menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pendidikan yang holistik (Nghia et al., 2022).
8. Teknologi dan Inovasi: Adopsi teknologi pembelajaran terkini dan pendekatan inovatif dalam pendidikan semakin menjadi faktor penentu, terutama setelah pandemi COVID-19 (Aydin, 2020).
9. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial: Komitmen perguruan tinggi terhadap keberlanjutan lingkungan dan tanggung jawab sosial menjadi faktor yang semakin penting bagi generasi mahasiswa saat ini (Masud et al., 2023).
10. Jaringan Alumni dan Dukungan Karir: Kekuatan jaringan alumni dan layanan dukungan karir yang disediakan oleh perguruan tinggi menjadi pertimbangan dalam pemilihan institusi (Raghuram et al., 2020).

Disamping faktor-faktor tersebut di atas, banyak faktor-faktor lain yang perlu diperhatikan oleh institusi pendidikan tinggi dalam mengembangkan strategi perekrutan dan memastikan bahwa mereka memenuhi kebutuhan dan ekspektasi calon mahasiswa dalam lanskap pendidikan yang terus berubah.

Pengaruh Identitas Keagamaan dan Label Aswaja Pada Pemilihan Perguruan Tinggi

Indonesia dengan populasi Muslim terbesar di dunia, identitas keagamaan memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pemilihan perguruan tinggi. Salah satu identitas keagamaan yang signifikan adalah *Ahlus Sunnah wal Jamaah (Aswaja)*, yang sering dijadikan label oleh beberapa perguruan tinggi Islam di Indonesia. *Aswaja* secara harfiah artinya pengikut *Sunnah* dan komunitas, merepresentasikan pandangan teologis dan praktik keagamaan yang dianggap moderat dan seimbang dalam Islam. Di Indonesia, label ini sering diasosiasikan dengan organisasi Islam terbesar, Nahdlatul Ulama (NU), meskipun penggunaannya tidak eksklusif (Woodward et al., 2021).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa identitas keagamaan, termasuk afiliasi dengan Aswaja, menjadi faktor penting bagi sebagian mahasiswa dan orang tua dalam memilih perguruan tinggi. Perguruan tinggi yang mengadopsi label Aswaja sering dipersepsikan sebagai institusi yang menawarkan pendidikan Islam moderat dan toleran, sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh mayoritas Muslim Indonesia (Lukens-Bull, 2020). Namun pengaruh label Aswaja dalam pemilihan perguruan tinggi bervariasi tergantung pada latar belakang sosial-keagamaan calon mahasiswa. Bagi keluarga dengan afiliasi kuat kepada NU atau tradisi pesantren, label Aswaja mungkin menjadi daya tarik signifikan. Sebaliknya, bagi calon mahasiswa dari latar belakang yang lebih beragam atau sekuler, faktor akademik dan

prospek karir mungkin lebih dominan (Woodward et al., 2021).

Perguruan tinggi yang mengusung identitas Aswaja sering menekankan integrasi antara ilmu pengetahuan modern dan nilai-nilai Islam tradisional. Pendekatan ini dipandang sebagai cara untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan global sambil tetap mempertahankan identitas keislaman mereka (Lukens-Bull, 2020). Meski demikian, tren terkini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas akademik, akreditasi, dan prospek kerja tetap menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan perguruan tinggi, bahkan di kalangan mahasiswa Muslim. Identitas keagamaan dan label Aswaja cenderung menjadi faktor pelengkap, bukan penentu utama (Suyatno et al., 2023).

Pada beberapa kasus, penekanan berlebihan pada identitas keagamaan dalam pendidikan tinggi juga perlu diteliti untuk melihat respon masyarakat lebih luas. Beberapa peneliti memberikan simpulan bahwa penting untuk menjaga keseimbangan antara nilai-nilai keagamaan dan standar akademik universal untuk memastikan lulusan dapat bersaing di pasar global (Muttaqin et al., 2022). Fenomena ini mencerminkan dinamika kompleks antara identitas keagamaan, modernitas, dan pendidikan tinggi di Indonesia. Idealnya perguruan tinggi yang berhasil adalah yang mampu menyeimbangkan antara mempertahankan identitas keagamaan dan memenuhi standar akademik serta kebutuhan pasar kerja modern.

Metode

Rancangan atau Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk meneliti sampel atau populasi tertentu dengan analisis data yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan angka-angka yang kemudian dianalisis. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel *marketing mix* dengan keputusan mahasiswa memilih kuliah (Sekaran & Bougie, 2022).

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Data tambahan diambil dari data sekunder diperoleh dari dokumen institusi, publikasi ilmiah, dan sumber-sumber relevan lainnya (Kumar, 2023).

Populasi dan Sampel

Populasi bukan hanya sekumpulan orang, tetapi juga subjek/obyek dan benda-benda yang lain. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2020)

Adapun populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor dengan jumlah sebanyak 1.613 mahasiswa. Jumlah mahasiswa

terdiri dari semua program studi yaitu Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Bimbingan Konseling Islam, Ekonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Perbankan Syariah, Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Manajemen Dakwah. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Ukuran jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin (Taherdoost, 2022):

$$n = N / (1 + N \times e^2)$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan (10% atau 0,1)

Maka :

$$1.613 / (1 + 1.613 \times 0,1^2) = 94$$

Dengan perhitungan rumus Slovin, sampel penelitian dari adalah sebanyak 94 mahasiswa yang telah masuk dalam program studi masing-masing di IUQI Bogor.

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kampus Institut Ummul Quro Al Islami Bogor. Pengambilan data pada penelitian ini berupa data isian kuesioner dari Responden mahasiswa-mahasiswi Institut Ummul Quro Al Islami (IUQI) Bogor merupakan sebuah kampus Islam berlabel *Aswaja*.

Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner, observasi dan dokumentasi. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan dari hasil skor kuesioner yang akan disebar kepada responden penelitian. Model yang dibangun dalam penelitian ini adalah persamaan model regresi data panel yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	: Keputusan Mahasiswa
X1	: Marketing mix
X2	: Label <i>Aswaja</i>
α_0	: Konstanta
β	: Koefisien
e	: error term

Sedangkan pengujian hasil dilakukan dengan 3 tahapan:

1. Uji instrumen, penelitian dianalisis secara statistik dengan tahapan yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Prosedur teknis pengujian instrumen penelitian/kuesioner terstruktur dengan skala Likert. Pengujian instrumen menggunakan *pilot study*, sedangkan perbaikan instrumen berdasarkan hasil uji coba. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*, *Partial Least Square (PLS)* dan konfirmatori faktor analisis. Kriteria validitas dan reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7, *Composite Reliability* > 0,7, *Average Variance Extracted (AVE)* > 0,5, validitas konvergen dengan *factor loading* > 0,5.
2. Uji asumsi klasik, terdiri dari uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel bebas, dan uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dan uji

normalitas berfungsi untuk mengukur normalitas data dan uji linearitas.

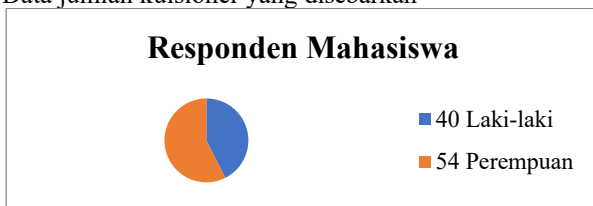
3. Uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi (R^2), pengujian koefisien regresi, pengaruh parsial (Uji T) dan uji pengaruh simultan (Uji F) dalam melihat kebenaran hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Penelitian ini menggunakan populasi Mahasiswa Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor. Dengan jumlah sampel yang diambil berjumlah 94 responden sebagaimana dijelaskan dalam bab sebelumnya, dengan profil jumlah responden yang akan dibahas meliputi data sebagai berikut:

Data jumlah kuisisioner yang disebarkan



Sumber : data primer, 2024.

Gambar 1. Data Jumlah Responden

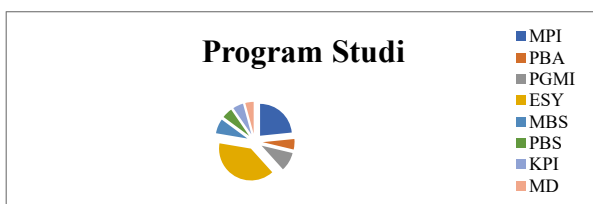
Data Domisili Responden



Sumber : data primer, 2024.

Gambar 2. Domisili Responden

Data Program Studi Responden



Sumber : data primer, 2024.

Gambar 3. Program Studi Responden

Analisis Data

Uji Instrumen

1. Uji Validitas: Semua item pertanyaan untuk variabel X1 (*Product*), X2 (*Promotion*), X3 (*Price*), X4 (*People*), X5 (*Place*), X6 (*Process*), X7 (*Physical Evidence*) dan X8 (*Label Aswaja*) dan Y (*Keputusan*) memiliki nilai r hitung > r tabel dan nilai signifikansi < 0,001. Ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.
2. Uji Reliabilitas: Semua variabel (X1 hingga X7 dan Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7. Ini menunjukkan bahwa semua instrumen

penelitian reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

3. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas: Grafik Normal P-P Plot menunjukkan titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal, mengindikasikan data terdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, memperkuat kesimpulan bahwa data terdistribusi normal.
- b. Uji Multikolinearitas: Semua variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10, menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.
- c. Uji Heteroskedastisitas: Metode Scatterplot: Titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan Uji Glejser: Semua variabel independen memiliki nilai signifikansi > 0,05, memperkuat kesimpulan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.778	1.706		1.628
	Product	.193	.123	.128	1.561
	Promotion	.032	.100	.022	.316
	Price	-.179	.121	-.135	1.484
	People	.034	.151	.021	.824
	Place	.251	.124	.170	2.029
	Process	.216	.131	.163	1.646
	Physical evidence	.447	.069	.402	6.473
	Label Aswaja	.484	.099	.320	4.911

a. Dependent Variable: Keputusan Mahasiswa

Sumber: Diolah Peneliti, 2024.

Dari hasil olah data regresi berganda di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,778 + 0,193X_1 + 0,032X_2 - 0,179X_3 + 0,034X_4 + 0,251X_5 + 0,216X_6 + 0,447X_7 + 0,484X_8$$

1. Nilai konstanta (a) sebesar 2,778 artinya apabila semua variabel *marketing mix* yaitu X1 (*Product*), X2 (*Promotion*), X3 (*Price*), X4 (*People*), X5 (*Place*), X6 (*Process*), X7 (*Physical Evidence*) dan X8 (*Label Aswaja*) dan dianggap konstan, maka nilai Y (*Keputusan*) sebesar 2,778.
2. Koefesien regresi variabel *marketing mix* variabel X1 (*Product*) sebesar 0,193, X2 (*Promotion*) sebesar 0,032, X4 (*People*) sebesar 0,034, X5 (*Place*) sebesar 0,251, X6 (*Process*) sebesar 0,216, X7 (*Physical Evidence*) sebesar 0,447 dan X8 (*Label Aswaja*) sebesar 0,484 bernilai positif artinya semua variabel memiliki hubungan searah yang positif terhadap keputusan mahasiswa (Y). Variabel X1 (*Product*) sebesar 0,193 artinya apabila setiap kenaikan 1% variabel *product* maka nilai keputusan mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 0,193. Variabel X2 (*Promotion*) sebesar 0,032 artinya

apabila setiap kenaikan 1% variabel *promotion* maka nilai keputusan mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 0,032. Variabel X4 (*People*) sebesar 0,034 artinya apabila setiap kenaikan 1% variabel *people* maka nilai keputusan mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 0,034. Variabel X5 (*Place*) sebesar 0,251 artinya apabila setiap kenaikan 1% variabel *place* maka nilai keputusan mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 0,251. Variabel X6 (*Process*) sebesar 0,216 artinya apabila setiap kenaikan 1% variabel *process* maka nilai keputusan mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 0,216. Variabel X7 (*Physical Evidence*) sebesar 0,447 artinya apabila setiap kenaikan 1% variabel *physical evidence* maka nilai keputusan mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 0,447. Variabel X8 (*Label Aswaja*) sebesar 0,484 artinya apabila setiap kenaikan 1% variabel *label Aswaja* maka nilai keputusan mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 0,484.

- Koefisien regresi variabel X3 (*Price*) bernilai negatif artinya variabel *price* memiliki hubungan searah yang negatif terhadap keputusan mahasiswa (Y) sebesar -0,179 artinya apabila setiap kenaikan 1% variabel *price* maka nilai keputusan mahasiswa mengalami penurunan sebesar 0,179.

Uji Hipotesis

- Uji T (Parsial): Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa semua variabel independen X1 (*Product*), X2 (*Promotion*), X3 (*Price*), X4 (*People*), X5 (*Place*), X6 (*Process*) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan bahwa secara parsial, masing-masing variabel *marketing mix* tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan variabel X7 (*Physical Evidence*) dan X8 (*Label Aswaja*) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan bahwa secara parsial, masing-masing variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

Tabel 2. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.778	1.706		.107
	Product	.193	.123	.128	.122
	Promotion	.032	.100	.022	.753
	Price	-.179	.121	-.135	.141
	People	.034	.151	.021	.824
	Place	.251	.124	.170	.045
	Process	.216	.131	.163	.103
	Physical evidence	.447	.069	.402	<.001
	Label Aswaja	.484	.099	.320	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Mahasiswa

Sumber : Diolah Peneliti, 2024.

- Uji F (Simultan): Dari hasil perhitungan diperoleh Nilai F hitung sebesar 45,059 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$ menunjukkan bahwa secara simultan, seluruh variabel *marketing mix* yaitu X1 (*Product*), X2 (*Promotion*), X3 (*Price*), X4 (*People*), X5 (*Place*), X6 (*Process*), X7 (*Physical Evidence*) dan X8 (*Label Aswaja*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1559.110	8	194.889	45.059
	Residual	384.941	89	4.325	
	Total	1944.051	97		

a. Dependent Variable: Keputusan Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Label Aswaja, Place, Physical evidence, Price, Product, Promotion, People, Process

Sumber : Diolah Peneliti, 2024.

- Uji Koefisien Determinasi: Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,784 menunjukkan bahwa 78,4% variasi keputusan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel-variabel *marketing mix* yaitu X1 (*Product*), X2 (*Promotion*), X3 (*Price*), X4 (*People*), X5 (*Place*), X6 (*Process*), X7 (*Physical Evidence*) dan X8 (*Label Aswaja*) dalam model, sedangkan 21,6% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.802	.784	2.07971

a. Predictors: (Constant), Label Aswaja, Place, Physical evidence, Price, Product, Promotion, People, Process

Sumber : Diolah Peneliti, 2024.

Simpulan dan Implikasi Penelitian

Simpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik. Sebagian variabel *marketing mix* (7P) yaitu X1 (*Product*), X2 (*Promotion*), X3 (*Price*), X4 (*People*), X5 (*Place*) dan X6 (*Process*) menunjukkan bahwa secara parsial masing-masing variabel *marketing mix* tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, sedangkan variabel X7 (*Physical Evidence*) dan X8 (*Label Aswaja*) menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Namun dalam uji hipotesis simultan dan uji regresi linear berganda seluruh variabel *marketing mix* (7P) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Institut Ummul Quro Al Islami Bogor. Model regresi dan koefisien determinasi pada semua variabel mampu menjelaskan 78,4% variasi keputusan mahasiswa, menunjukkan bahwa *marketing*

mix dan label *Aswaja* memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa. Implikasinya, IUQI Bogor perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas fasilitas fisik serta memperkuat label *Aswaja* sebagai diferensiasi dalam strategi pemasarannya, sambil tetap mengoptimalkan elemen *marketing mix* lainnya untuk meningkatkan daya tarik institusi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran-saran yang direkomendasikan:

IUQI perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas *Physical Evidence* (fasilitas fisik) karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Fokus pada pemeliharaan gedung, ruang kelas, laboratorium, dan sarana pembelajaran. Label *Aswaja* sebagai diferensiasi perlu diperkuat dalam strategi pemasaran, mengingat pengaruhnya yang signifikan, dengan meningkatkan visibilitas nilai-nilai *Aswaja* dalam komunikasi pemasaran dan kegiatan kampus.

Meskipun variabel *marketing mix* lainnya (*Product, Promotion, Price, People, Place, Process*) tidak berpengaruh signifikan secara parsial, tetap perlu dioptimalkan karena berpengaruh positif secara simultan, melalui rekomendasi upaya-upaya seperti: peningkatan kualitas program studi, penguatan strategi promosi terintegrasi, evaluasi struktur biaya kuliah, pengembangan kompetensi staff dan dosen, optimalisasi lokasi kampus, penyederhanaan proses administrasi dan perlu untuk melakukan riset berkala untuk memantau efektivitas strategi pemasaran, mengingat model penelitian mampu menjelaskan 78.4% variasi keputusan mahasiswa.

Referensi

- Arazeem, A. A., & Tomomowo-Ayodele, S. O. (2022). *Factors influencing students' choice of higher education institutions in Nigeria*. International Journal of Educational Management, 36(6), 677-692. <https://doi.org/10.1108/IJEM-03-2022-0117>
- Aydin, O.T., 2020. *University choice process: A literature review on models and factors affecting the process*. Higher Education Quarterly, 74(3), pp.298-320.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Provinsi 2014-2020*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/14/1839/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-provinsi-2014-2020.html>
- Bryman, A. (2024). *Social research methods* (7th ed.). Oxford University Press.
- Chen, Y., & Wang, L. (2022). *Curriculum innovation as a key factor in attracting prospective students to higher education institutions*. Studies in Higher Education, 47(8), 1658-1673. <https://doi.org/10.1080/03075079.2022.2056293>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Enache, I. C. (2011). *Marketing higher education using the 7 Ps framework*. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 4(1), 23-30.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate data analysis* (9th ed.). Cengage Learning.
- Jiang, L., Hu, X., & Wang, H. (2023). *Rethinking the 7Ps marketing mix for higher education in the digital age*. Journal of Marketing for Higher Education, 33(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/08841241.2023.2168941>
- Kallio, R. E. (1995). *Factors influencing the college choice decisions of graduate students*. Research in Higher Education, 36(1), 109-124.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Statistik Pendidikan Tinggi Indonesia 2020*. Jakarta: Pusdatin Kemendikbud.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kumar, R. (2023). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners* (6th ed.). SAGE Publications.
- Li, X., & Zhang, Y. (2023). *The impact of academic staff quality on student satisfaction and loyalty in Chinese universities*. Studies in Higher Education, 48(5), 1023-1039. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2176543>
- Lukens-Bull, R., 2020. *Islamic higher education in Indonesia: Continuity and conflict*. Springer Nature.
- Maringe, F. (2006). *University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing*. International Journal of Educational Management, 20(6), 466-479. <https://doi.org/10.1108/09513540610683711>
- Masud, M.M., Ullah, M.S., Akhtar, R., Siddiqua, L. and Alam, M.S., 2023. *Determinants of university choice: A study on public universities in Bangladesh*. Journal of Education and Learning, 12(1), pp.107-115.
- Muthoni, E. W., & Kinyanjui, J. K. (2023). *The impact of pricing strategies on student enrollment decisions in Kenyan universities*. Higher Education Quarterly, 77(2), 178-195. <https://doi.org/10.1111/hequ.12401>
- Musrifah, M., 2022. *The Role of Islamic Higher Education in Preventing Radicalism in Indonesia*. Journal of Islamic Education, 5(1), pp.15-28.
- Nghia, T.L.H., Dung, T.T.M., Hong, T.T. and Trang, L.T., 2022. *Factors influencing international students' choice of Vietnamese higher education institutions: Implications for recruitment practice*. Journal of Marketing for Higher Education, 32(1), pp.1-20.
- Nguyen, T. T., Tran, M. H., & Le, V. A. (2024). *Service quality in higher education: Its impact on prospective students' perceptions and choices*.

- Quality Assurance in Education, 32(1), 56-73.
<https://doi.org/10.1108/QAE-06-2023-0092>
- Patel, R., & Mehta, S. (2023). *The influence of campus facilities and aesthetics on student decision-making: A study of Indian universities*. Journal of Facilities Management, 21(3), 229-246.
<https://doi.org/10.1108/JFM-11-2022-0134>
- Raghuram, V., Nguyen, T.H., Ball, C., Zhang, B., Batra, R. and Srivastava, J., 2020. *Factors influencing international students choice of colleges: The role of rankings and social media*. Journal of Marketing for Higher Education, 30(2), pp.286-308.
- Rahman, M. S., Islam, M. S., & Hossain, M. I. (2024). *The influence of campus location and accessibility on students' university choice in Bangladesh*. Journal of Marketing for Higher Education, 34(1), 45-62.
<https://doi.org/10.1080/08841241.2024.2998765>
- Saleem, M.A., Eagle, L. and Low, D., 2021. *Market segmentation based on student's choice of university in Pakistan*. Journal of Marketing for Higher Education, 31(2), pp.234-259.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th ed.)*. Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2022). *Research methods for business: A skill-building approach (9th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13th ed.)*. Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta, hal. 80.
- Suhud, U., Syahrial, E., & Prawira, B. (2024). *The role of social media and peer influence in college choice: A study of Indonesian students*. Journal of Marketing for Higher Education, 34(2), 123-140.
<https://doi.org/10.1080/08841241.2024.2987654>
- Uhar Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama, hal. 49.
- Wahid, A.H., Marjuni, A., Hasanah, H. and Badruzaman, D., 2023. *The Implementation of Aswaja Character Education in Higher Education: A Case Study*. Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam, 6(1), pp.80-95.
- Woodward, M., Rohmaniyah, I., Amin, A. and Coleman, D., 2021. *Pendidikan Muslim, Perayaan Islam dan Untuk Mitigasi Radikalisme di Indonesia*, 15(3), pp.98-119.
- Widodo, A., & Pratama, H. (2022). *The effectiveness of digital marketing strategies in attracting Gen Z students to Indonesian universities*. Asian Journal of University Education, 18(3), 702-718.
<https://doi.org/10.24191/ajue.v18i3.18875>.

PERUBAHAN POLA KONSUMSI GEN Z SEBAGAI DAMPAK DIGITALISASI EKONOMI (THE IMPACT OF ECONOMIC DIGITALIZATION IN CONSUMPTION PATTERNS FOR GEN Z)

Ainul Millah, Muslikhati*, Arif Lukman Hakim
Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah
Malang, Indonesia
Email: muslikhati@umm.ac.id

Abstrak

Digitalisasi ekonomi tidak hanya mengubah pola bisnis tetapi juga mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z (zoomers) yang dikenal sebagai digital natives. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implikasi digitalisasi ekonomi terhadap pola konsumsi Generasi Z. Menggunakan metode penelitian kualitatif, pendekatan fenomenologi, jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implikasi digitalisasi ekonomi telah mengubah pola konsumsi Generasi Z, tidak hanya dalam hal mengubah pola konsumsi konvensional menjadi serba digital tetapi juga menekan fluktuasi konsumsi yang tidak terkendali yang terjadi pada sebagian besar Generasi Z. Digitalisasi ekonomi sangat luas dan tidak terbatas. Memberikan kemudahan tetapi di sisi lain telah mendorong pola konsumsi yang sulit dikendalikan seperti boros, konsumtif, dan impulsif. Meskipun pola konsumsi online saat ini marak, pola konsumsi offline masih relevan dalam kehidupan Generasi Z (zoomers). Terakhir, penggunaan Paylater saat ini semakin meningkat dalam penelitian ini, Peneliti menemukan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dominan tidak menggunakan standar karena pengetahuan mereka tentang larangan riba, serta mengetahui bahaya penggunaan pinjaman online dan jumlah pengguna Paylater yang ditemukan lebih sedikit.

Kata Kunci: Digitalisasi Ekonomi, Pola Konsumsi, Generasi Z, Pembelian Impulsif.

Abstract

Economic digitalization has not only changed business patterns but also changed people's consumption patterns, especially the Z (zoomers) Generation known as digital natives. This research aims to determine the implications of economic digitalization on the consumption patterns of the Z Generation. Using a qualitative research method, a phenomenological approach, the type of data used is primary data from interviews. The research results show that the implications of economic digitalization have changed the consumption patterns of the Z Generation, not only in terms of changing conventional consumption patterns to become completely digital but also hurting the uncontrolled consumption fluctuations that occur in most of the Z Generation. Economic digitalization is very broad and unlimited. Provides convenience but on the other hand, it has encouraged consumption patterns that are difficult to control such as wasteful, consumptive, and impulsive. Even though online consumption patterns are currently widespread, offline consumption patterns are still relevant in the lives of the Z (zoomers) Generation. Lastly, the use of Paylater is currently increasing in this study, Researchers found that students at the Muhammadiyah University of Malang predominantly do not use standards because of their knowledge of the prohibition of usury, as well as knowing the dangers of using online loans and the number of Paylater users found is smaller

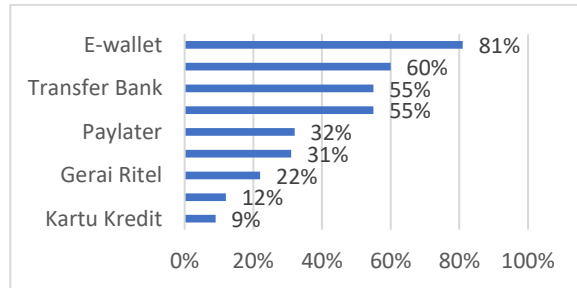
Keywords: Digitalization of Economy, Consumption Patterns, Generation Z, Impulse Buying.

Pendahuluan

Teknologi yang meningkat saat ini telah masuk ke ruang lingkungan ekonomi sehingga terjadi proses adaptasi dan telah mempengaruhi lingkungan ekonomi (Oktavia, 2020). Adanya teknologi ini dimanfaatkan untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan, inovasi kegiatan ekonomi dan bertransformasi secara digital dari sebelumnya kegiatan ekonomi secara

tradisional menjadi serba digital. Teknologi ini kini telah secara sederhana dalam bentuk *gadget*, berupa *software mobile* yang bisa diunduh dan diinstal dengan fitur-fitur yang dapat dipahami pengguna (Firman, 2023). Saat ini digitalisasi ekonomi telah mengubah gaya bisnis, dari yang semula serba dilakukan secara manual menjadi serba otomatis, perkembangan digital ekonomi perlahan juga mengubah pola konsumsi masyarakat (Ismeirita, 2023). Seiring dengan kemajuan teknologi dan terjadi

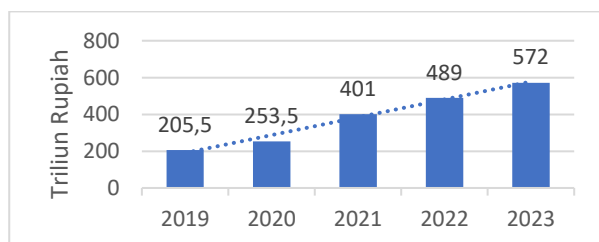
perubahan pola konsumsi masyarakat yang awalnya hanya melakukan pembayaran *cash* menjadi *cashless* sejak terjadi digitalisasi ekonomi, seperti diketahui bahwa saat ini penggunaan layanan pembayaran digital di Indonesia meningkat. Menurut data dari Katadata *Insight Center* tentang metode pembayaran yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai berikut:



Sumber: Katadata.co.id 2023

Gambar 1. Metode Pembayaran yang Banyak Digunakan

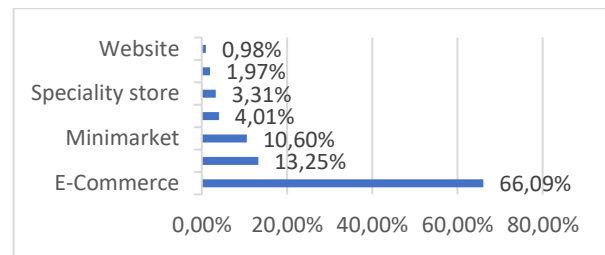
Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini banyak yang menggunakan layanan pembayaran digital, di mana metode pembayaran yang paling banyak digunakan adalah e-wallet sebanyak 81% disusul oleh pembayaran melalui virtual account sebesar 60% dan transfer bank via mobile sebesar 55%. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini masyarakat Indonesia gemar melakukan pembayaran dengan menggunakan kemudahan layanan pembayaran digital yang mengubah pola konsumsi masyarakat. Fenomena layanan serba digital menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat. Ini terlihat dari semakin banyaknya masyarakat yang beralih menggunakan platform e-commerce untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, Sebagaimana sejalan dengan data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia sebagai berikut :



Sumber: Bank Indonesia, 2023

Gambar 2. Transaksi E-Commerce di Indonesia Tahun 2019-2023

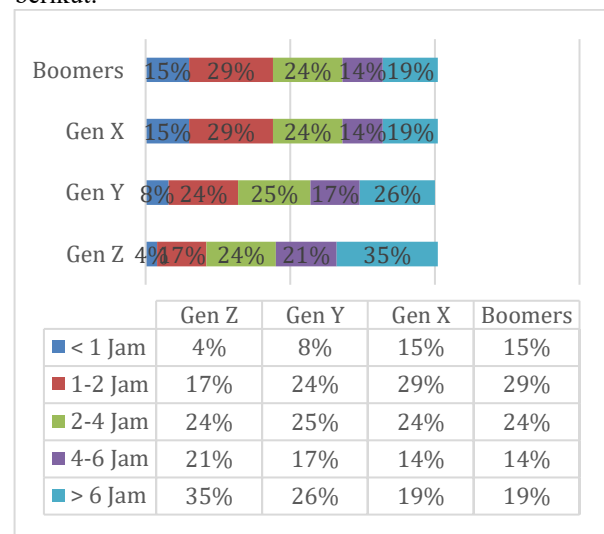
Data tersebut menjabarkan bahwa di Indonesia terdapat peningkatan nilai transaksi yang signifikan pada tahun 2019 sampai 2023. Bank Indonesia mencatat nilai transaksi e-commerce tertinggi sepanjang tahun 2023 mencapai 572 triliun rupiah sehingga hal ini berpengaruh positif terhadap perkembangan e-commerce di Indonesia akan tetapi, di sisi lain secara tidak sadar konsumen telah melangsungkan tindakan impulsif saat bertransaksi. Pembelian impulsif yang merupakan kegiatan tanpa terencana membuat masyarakat tidak terkontrol dalam berbelanja terutama generasi Z. Temuan ini didukung oleh hasil studi UMN Consulting sebagai berikut:



Sumber: UMN Consulting x Kompas.com, 2022

Gambar 3. Tempat pilihan Gen Z dalam Berbelanja

Berdasarkan informasi tersebut, terdapat perbedaan signifikan antara penggunaan e-commerce dengan supermarket atau toko konvensional. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi Z cenderung lebih menyukai belanja online melalui platform e-commerce. Terkait dengan data di atas pola konsumsi generasi Z saat ini muncul fenomena baru yaitu kecenderungan berbelanja online menggunakan paylater. Menurut laporan Fintech 2021 oleh Daily Social, Shopee PayLater menjadi yang paling diminati di Indonesia, dengan 78,4% Generasi Z mendominasi sebagai pengguna utama PayLater dibandingkan dengan kartu kredit (Ningsih et al., 2023). Internet sebagai pendukung konsumen dalam mengakses melakukan aktivitas secara digital salah satunya dalam kegiatan konsumsi (Ika et al., 2020). Generasi Z merupakan salah satu kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan data dari hasil Report Survei Status Literasi Digital Indonesia 2022 yang diterbitkan oleh Kementerian Kominfo sebagai berikut:



(Sumber: Kementerian Kominfo, 2022)

Gambar 4. Report Survei Status Literasi Digital Indonesia 2022

Menurut laporan survei Status Literasi Digital di Indonesia 2022 dari Kementerian Kominfo, terdapat pola perilaku digital masyarakat Indonesia yang mencakup durasi penggunaan internet. Data menunjukkan bahwa mayoritas responden terbanyak yaitu, dari Generasi Z (35%) dan Generasi Y (26%) menggunakan internet lebih dari 6 jam per hari sehingga dapat disimpulkan Generasi Z cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di internet dibandingkan generasi lainnya (Kominfo, 2022). Berdasarkan penjelasan dari Sensus BPS, (2020) Saat ini Indonesia didominasi oleh generasi z yang memiliki

jumlah terbanyak mencapai 71,509,082 juta jiwa. Sehingga peningkatan jumlah generasi ini dapat menjadi faktor penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk akibat digitalisasi ekonomi pada pola konsumsi masyarakat.

Dengan adanya kemudahan akses internet, melakukan pembelian secara online menjadi hal yang mudah dan telah menjadi kebiasaan Generasi Z. Namun, disadari atau tidak, kemudahan ini telah membuka pintu untuk melakukan konsumsi berlebihan di ranah belanja online. Dalam era di mana akses internet telah menjadi kebutuhan utama, tantangan untuk mengelola konsumsi secara bijak menjadi semakin penting agar dapat terhindar dari berbagai kegiatan yang merugikan. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai Implikasi Digitalisasi Ekonomi pada Pola Konsumsi Generasi Z maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimana perubahan pola konsumsi Gen Z sebagai dampak dari digitalisasi? Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perubahan pola konsumsi sebagai dampak dari era digitalisasi ekonomi terutama bagi Gen Z.

Kajian Teori

Digitalisasi Ekonomi

Digitalisasi ekonomi yaitu mengacu pada penggunaan teknologi digital dan internet dalam proses ekonomi, termasuk distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang atau jasa. Ini melibatkan pemanfaatan platform online, perangkat mobile, aplikasi, dan infrastruktur digital lainnya untuk menciptakan nilai ekonomi dan memfasilitasi interaksi antar pelaku ekonomi (Zulkifli et al., 2023). Digitalisasi ekonomi mencakup berbagai aspek seperti:

E-Commerce

E-Commerce adalah platform yang menghubungkan penjual dengan pembeli, dalam suatu sistem komputer sebagai perantara. E-commerce terdiri dari berbagai mode salah satunya yaitu business to consumer (B2C) jenis ini berupa bisnis yang targetnya adalah konsumen. Sistem tersebut sering digunakan dalam perdagangan atau transaksi dagang antara penjual dengan pembeli, pada platform ini memberikan pelayanan atau memfasilitasi dalam pertukaran barang atau jasa melalui media digital. Adapun contoh dari e-commerce yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak dan lainnya (Nurfitriyenny, 2023).

Layanan Pembayaran digital

Menurut Nasution et al., (2019), layanan pembayaran digital yang dimaksud merupakan bagian dari fintech khusus pembayaran dan transfer, fintech adalah perusahaan berbasis teknologi yang membantu untuk mengelola keuangan agar lebih praktis, cepat, dan efisien. Fintech pembayaran dan transfer contohnya yaitu, e-

commerce pembayaran, mobile banking, mobile dan dompet digital.

Pinjaman online dan paylater

Selain layanan pembayaran secara digital yang dijelaskan diatas, fintech juga hadir sebagai deposito atau pinjaman dan penanaman modal. Dana yang telah terkumpul dari investor disalurkan kepada peminjam dana dan ketika dana tersebut sudah kembali, maka para investor akan mendapatkan keuntungan dari peminjaman dana tersebut, dimana dalam fintech dikenal sebagai Peer to Peer Lending (Nasution et al., 2019)

Pola Konsumsi

Pola konsumsi adalah keputusan tiap individu untuk menentukan apakah pendapatan mereka akan digunakan sebagaimana untuk memenuhi kewajiban dan hasrat mereka secara maksimal hingga tercapai kesejahteraan. Kesejahteraan dalam pandangan setiap individu berbeda-beda tergantung keputusan konsumen. Dalam konsumsi keputusan terdiri atas dua yaitu rasional dan irasional. Sehingga dapat diketahui bahwa dalam pola konsumsi dapat terbagi menjadi dua yaitu konsumsi yang positif dan konsumsi negatif, dimana pola konsumsi positif mengarah pada hal-hal wajar, sedangkan konsumsi negatif adalah perilaku konsumen yang merugikan dan dapat mengakibatkan individu bersikap konsumtif yaitu perilaku berlebihan diluar dari kewajiban atau kebutuhan (Sari et al., 2020).

Dalam pola konsumsi, seseorang dikatakan bijak jika melalui perencanaan dan pengelolaan anggaran yang baik mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan. Mereka cenderung mempertimbangkan kebutuhan primer seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal sebelum membeli barang-barang yang lebih bersifat keinginan. Namun, ada juga yang bersikap berlebihan dalam konsumsi, menghabiskan lebih dari yang mereka mampu atau memprioritaskan barang-barang tidak penting dan mengabaikan prioritas (Priyono et al., 2022). Ada sejumlah sebab perubahan pola konsumsi seseorang beberapa diantaranya adalah jumlah pendapatan, angka bunga, tinggi rendah harga, sosial ekonomi, dan faktor selera yang menjadi hal penting dan penentu seseorang memilih untuk konsumsi suatu barang.

Metode

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode penelitian kuantitatif bisa juga disebut juga metode untuk menghimpun informasi yang rinci, artinya informasi yang memiliki makna dan nyata, pasti, dan alasan di balik data yang tampak. Studi ini dilaksanakan dalam suasana alamiah yang tidak dimanipulasi, dengan peneliti sebagai instrumen penting dalam proses penghimpunan data sehingga mendapatkan pengetahuan yang komprehensif, mengidentifikasi sesuatu yang istimewa, dan menghasilkan hasil yang mendalam dari para informan, riset kualitatif bertujuan untuk memahami dan menyelidiki fenomena utama dalam topik studi (Sugiyono, 2014).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dengan tujuan untuk memberikan lokasi fokus dalam penelitian, adapun lokasi penelitian yaitu di Universitas Muhammadiyah Malang yang merupakan Universitas Islam. Semua mahasiswa dibekali dengan pengetahuan dan pembahasan agama, sehingga peneliti tertarik untuk mencari tahu apakah pengetahuan tersebut dapat membantu mahasiswa dalam mengontrol pola konsumsi mereka di era digital.

Sumber Data

Datanya yang akan dipakai untuk menghimpun data dan informasi untuk studi ini adalah data primer. Ketika data dikumpulkan langsung dari sumbernya, data tersebut disebut sebagai data primer. Contoh data semacam ini termasuk transkrip wawancara dan tanggapan terhadap survei yang sering digunakan oleh para peneliti. Penghimpunan data primer dapat dilakukan melalui survei, observasi, eksperimen, atau metode lain tergantung pada data apa yang tersedia di lapangan (Sugiyono, 2014). Pengambilan data dilalui dengan teknik untuk merekrut informan, sehingga dalam penelitian kualitatif ini menggunakan teknik purposive sampling.

Teknik Pengumpulan Data

Karena pengambilan data merupakan bagian yang penting dalam mencapai tujuan studi maka teknik pengumpulan data adalah fase yang paling penting. Adapun teknik yang digunakan yaitu:

Observasi

Menemukan dan mencatat data penelitian merupakan langkah dalam teknik observasi. Selanjutnya, peneliti membuat laporan berdasarkan apa yang dilihat, didengar, dan dialaminya selama melaksanakan observasi. Dengan observasi, seseorang dapat memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh dan akurat tentang suatu topik atau kejadian (Wasil, 2022). Observasi peneliti dilaksanakan yakni, pengamatan pada situasi perilaku generasi Z dalam melakukan pola konsumsi.

Wawancara

Tujuan wawancara ialah untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi melalui komunikasi verbal. Wawancara juga dapat dilihat sebagai metode penghimpunan data di mana peneliti menyampaikan pertanyaannya pada informan atau objek yang diteliti dan informan memberikan tanggapan. Ketika menggunakan pendekatan ini, daya cipta pewawancara diperlukan karena kapasitas peneliti untuk mengumpulkan, merekam dan menganalisis tanggapan merupakan faktor utama dalam temuan studi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yaitu dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya.

Dokumentasi

Sebagai metode pelengkap sebelumnya yaitu observasi dan wawancara. Dalam penelitian kualitatif, dokumentasi

adalah pendekatan berikutnya yang dipakai. Catatan tertulis, gambar, atau karya-karya penting dari seseorang atau organisasi data berfungsi sebagai bentuk dokumentasi yang merekam kejadian dimasa lalu (Sugiyono, 2014). Dokumentasi tertulis yang berkaitan dengan statistik jumlah aktif mahasiswa dalam penelitian ini adalah data dari Biro Administrasi Akademik (BAA).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini dengan cara mendeskripsikan, menganalisis, dan mengambil kesimpulan secara lisan dan tertulis. Karena data riset ini berupa deskripsi, maka pendekatan analisis data kualitatif dipakai untuk menganalisa data. Dalam riset kualitatif, analisa data dilakukan pada saat data sedang dikumpulkan. Halnya yang disampaikan Miles et al., (2014) bahwasanya analisa data kualitatif adanya tiga tahapan alurnya, yakni Data Condensation, Data Display, dan Conclusion Drawing atau Verifications.

Uji Keabsahan Data

Memastikan kebenaran data adalah tujuan dari validitas data. Temuan studi yang menggunakan datanya yang sah mendapatkan kesimpulan yang akurat, lalu datanya yang tidak sah. Validitas dan reliabilitas merupakan pengertian terbaru dalam keabsahan data, yang disesuaikan dengan kebutuhan, standar, dan paradigma itu sendiri, berdasarkan teori versi positivis. Metode triangulasi bisa dipakai untuk memastikan keabsahan data, seperti pendapat Sugiyono, (2014) menggabungkan beberapa sumber dan jenis data saat ini dikenal sebagai triangulasi data yang di mana pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber informasi yang diperoleh dari informan akan diverifikasi dengan berbagai sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk menilai keaslian data. Tujuan dari teknik ini adalah informasi yang didapat pada informan A akan dilakukan pengecekan ke beberapa sumber lain seperti informan B atau C, sehingga informasi yang di dapatkan dikatakan valid.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Karakteristik Informan

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 11 orang yang merupakan mahasiswa aktif kategori generasi Z pengguna digital ekonomi aktif yang telah dipilih secara purposive sampling. Dalam penelitian ini narasumber berusia mulai dari 18-27 tahun, namun terdapat keterbatasan peneliti dalam mencari mahasiswa dengan usia 25-27 tahun karena pada usia demikian mahasiswa telah lulus dan menjadi alumni bukan sebagai mahasiswa aktif sehingga penelitian dilakukan pada mahasiswa usia 18-24. adapun informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

No	Nama/Inisial	Jurusan	Usia
1.	DZ	Fisioterapi	21

2.	BL	Ekonomi Syariah	23
3.	WN	Ekonomi Syariah	23
4.	NA	Ekonomi Syariah	22
5.	SL	Ekonomi Syariah	24
6.	SN	Akuntansi	20
7.	LN	Manajemen	19
8.	AL	Hukum	18
9.	AS	Ekonomi Syariah	22
10.	XY	Ilmu Komunikasi	19
11.	XZ	Xxxxx	21

Informan dalam penelitian peneliti terdiri dari 11 orang yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Malang. Informan yang tertera merupakan orang-orang yang bersedia dan telah setuju untuk diwawancara, dalam penelitian ini peneliti menyajikan data informan berupa inisial karena untuk menjaga privasi dan kenyamanan dari para informan.

E-commerce

E-commerce merupakan bisnis yang menyangkut konsumen manufaktur, dan lain sebagainya ke dalam satu sistem komputer sebagai perantara. Platform ini digunakan dalam perdagangan atau transaksi dagang antara penjual dengan pembeli atau kita kenal sebagai platform jual beli online. E-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan lainnya, saat ini e-commerce telah menjadi bagian penting bagi masyarakat khususnya generasi Z dalam melakukan pembelian, seperti pada pernyataan berikut :

“... Saya lebih senang berbelanja online, karena pemilihan produk lebih luas, apa-apa ada jadi bisa bebas milih produk dan dapat membandingkan harga toko satu dengan toko yang lain, terus tanpa harus capek-capek keluar buat belanja. Kita bahkan bisa belanja dari rumah, banyak promo diskon kalau belanja online dan jauh lebih murah” (Wawancara, 16 April 2024)
pernyataan ini sejalan dengan NA yang menyatakan bahwa:

“...Kalau belanja lebih suka belanja online, alasannya lebih bebas milih terus karena deskripsinya lebih jelas, namun kadang ada yang kurang jelas tapi kita lebih bebas memilih warnanya, mode juga banya. Beda kalau di toko offline kadangkannya beberapa warna saja yang ada dan modelnya itu-itu aja, kalau online lebih bebas dan luas terus ada promo dan potongan harga gitu” (Wawancara, 25 April 2024)

Kemudian pernyataan dari SL yang menyatakan bahwa: “...Saya biasanya online alasannya karena menawarkan banyak diskon, terus juga ada gratis ongkir jadi harga lebih murah dari pada belanja offline” (Wawancara, 13 April 2024).

Adapun pandangan Islam tentang belanja online, Pola belanja online saat ini tidak lagi dengan mengenal penjual atau bertemu langsung antara penjual dan pembeli, kedua belah pihak hanya berada pada sebuah dunia maya atau dimensi online dimana aplikasi sebagai media untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli secara tidak langsung. Dalam Fiqih muamalah terdapat berbagai macam jenis akad, akad ini terbagi atas 3 kategori yaitu

akad jual beli, akad bagi hasil, dan akan sewa-menyewa. Akad jual beli terdapat beberapa yaitu akad murabahah, akad salam, dan akad isthisna. dari semua akad tersebut yang penting dan menjadi perhatian adalah rukun dan syaratnya harus terpenuhi (Ascarya, 2006).

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa generasi Z menunjukkan mayoritas senang berbelanja online dengan beragam platform yang mereka gunakan untuk berbelanja karena kemudahan akses, variasi produk yang lebih luas, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Hal ini menandakan bahwa saat ini digitalisasi bagian aspek e-commerce telah menjadi pilihan bagi generasi ini untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Tersedia fitur gratis ongkir, potongan harga, serta harga yang lebih murah dibandingkan belanja offline menjadi alasan generasi Z senang berbelanja online. Hasil penelitian ini sejalan dengan Winarni et al., (2022) bahwa iklan online, gratis ongkir, memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui e-commerce, dan juga penelitian Andriyanti & Farida, (2022) yaitu harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli generasi Z.

Namun dibalik manfaat dari belanja online terdapat mudhorot lain yaitu perilaku boros yang sulit terkontrol dan membuat generasi Z terindikasi bersikap konsumtif dan implusif dikarenakan akses aplikasi e-commerce bisa kapan saja tanpa batas waktu atau 24 jam selalu buka tanpa tutup, faktor gratis ongkir, potongan harga dan harga yang lebih murah. Hal ini didukung dengan temuan Pangemanan et al., (2022) yang menyatakan bahwa generasi Z memiliki perilaku menghabiskan waktu untuk membandingkan suatu produk dengan produk yang lain dan melakukan pembelian barang secara berlebihan tanpa direncanakan sebelumnya mengakibatkan penimbunan barang yang tidak terpakai karena faktor potongan harga atau diskon, dan gratis ongkir yang menyebabkan perilaku boros serta tersedianya sistem kredit barang mengakibatkan perilaku impulse buying generasi Z semakin meningkat. Kemudian temuan oleh Hidayati et al., (2020) bahwa Mahasiswa belanja online tergiur diskon karena ingin bukan butuh.

Fenomena tersebut menunjukkan generasi Z berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan, namun tidak hanya memenuhi kebutuhan tapi juga memenuhi keinginan. Maka diperlukannya kontrol diri dalam melakukan kegiatan belanja secara online yang serba tidak terbatas agar terhindari sikap pembelian implusif yang dapat mengakibatkan permasalahan finansial atau masalah keuangan yang dampaknya akan dirasakan oleh pengguna.

Layanan Pembayaran Digital

Layanan pembayaran digital merupakan inovasi dari perusahaan fintech yang merupakan aplikasi atau produk dan layanan yang berbasis keuangan dengan beragam inovasi. Saat ini penggunaan layanan pembayaran digital semakin digemari oleh generasi Z sehingga sangat populer. Uang sebagai alat pembayaran tunai yang sah mengalami perpindahan atau pergeseran sejak adanya perkembangan teknologi dalam pembayaran (Ninggar & Anggraini, 2022). Saat ini bagi para informan dengan transfer memberikan kemudahan, tidak sulit harus ke

ATM untuk mendapatkan uang tunai, dengan bermodalkan Handphone dan jaringan internet sudah dapat membantu proses pembayaran dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan sehari-hari mereka, menghindari resiko kehilangan uang tunai dan terbebas dari kejadian ketinggalan dompet, sehingga lagi khawatir untuk melakukan pembayaran. Menurut pandangan Islam dalam penelitian Muamar & Alparisi, (2017) menyatakan bahwa uang digital sesuai dengan syariah, karena didalamnya sudah memenuhi prinsip memelihara harta (hifdz mal) dan kemaslahatan bagi pengguna atau pihak yang terlibat. Hal ini berlaku bagi layanan pembayaran digital yang sah dan telah terdaftar secara resmi bukan layanan yang belum terdaftar karena berpotensi mudhorot meskipun syarat-syarat lain terpenuhi.

Di balik kemudahan, fleksibel dan cepat, pembayaran digital memicu sikap konsumtif bagi para pengguna layanan. Hal ini sejalan dengan temuan Fadillah et al., (2020) menyatakan bahwa tindakan konsumtif tidak terlepas dari fitur-fitur yang tersedia pada e-commerce dalam bentuk pembayaran digital, fitur ini membantu generasi Z untuk menyelesaikan transaksi dengan sangat mudah, namun perilaku konsumtif dapat terjadi dan merugikan seperti pengeluaran uang berlebihan, terdapat keinginan belanja yang sulit dikendali, kecemburuan sosial ketika melihat barang dan gaya hidup orang lain, menghilangkan rasa ingin menabung, sulit memiliki dana darurat, menjadi sulit membedakan mana kebutuhan dan keinginan.

Kemudian Safira et al., (2023) dengan hasil penelitian bahwa kemudahan dan manfaat digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan penelitian oleh Frialyani et al., (2023) juga memiliki hasil penelitian yang sama yaitu kemudahan penggunaan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Maka, perlunya menjaga kendali saat menggunakan pembayaran digital di era yang akses pembelian dan pembayaran tanpa batas, agar tidak berlebihan yang dapat memicu terjadinya permasalahan pada finansial pengguna dan dapat memikirkan efek jangka panjang. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan sebagai berikut:

“...Saya biasanya pakai mobile banking kadang juga cash, tapi kalau belanja online gitu jarang pakai tunai atau COD. Lebih sering pakai layanan transfer melalui mobile banking, karena posisinya sebagai mahasiswa dan jarang dikost jadi gak mau ribet lebih mudahnya pakai mobile banking, kalau dilihat-lihat aku lebih enak cashless karena gak ribet-ribet harus narik duit ke ATM dan selama menggunakan layanan pembayaran digital saya merasa lebih dimudahkan dalam bertransaksi” (wawancara, 16 April 2024)

Kemudian dari WN menyatakan bahwa sebagai berikut: “...Kalau saya belanja online sering pakai sistem pembayaran transfer yaitu menggunakan mobile banking, kadang pakai shopeepay, dan dana, kalau belanja offline gitu suka cashless karena malas narik duit kecuali saat memang butuh pakai cash baru saya narik jadi kadang-kadang cash cuman lebih dominan cashless” (wawancara, 16 April 2024)

Selanjutnya pernyataan dari SL sebagai berikut:

“...Saya menggunakan mobile banking, jadi kalau belanja gitu sering transfer karena lebih mudah dan gampang” (wawancara, 13 April 2024)

Pernyataan lain dari AL sebagai berikut:

“...Saya menggunakan mobile banking, karena memudahkan ya memang sih cash atau cod juga mudah tapi karena ATM jauh dan sering ke kampus kuliah jadi memilih pakai mobile banking” (wawancara, 19 Mei 2024)

Pinjaman Online atau Paylater

Pinjaman online atau paylater adalah layanan berbasis keuangan secara digital yang merupakan fasilitas yang disediakan oleh fintech, yang berinovasi sebagai wadah untuk pinjaman uang secara online yaitu buy now paylater. Saat ini untuk mengakses pinjaman online atau paylater sangat mudah dan cepat, kemudahan akses mendorong masyarakat khususnya generasi Z untuk melakukan pinjaman online dan paylater. Menurut pandangan Islam Pinjaman uang pada salah satu layanan yang menyediakan fitur Paylater masuk dalam kategori utang piutang, dalam Islam utang piutang tergolong dalam transaksi dengan akad Qard, akad ini menjadi sah apabila rukun dan syarat didalamnya terpenuhi namun jika terdapat unsur riba maka itu diharamkan Menurut (A F, 2018).

Intensitas penggunaan pada Informan yang bersedia terlibat dalam penelitian ini hanya dua orang yang ditemukan menggunakan layanan ini, pengguna Paylater mengaku diberikan kemudahan dalam berbelanja sehingga membantu untuk memenuhi konsumsi pengguna, Paylater mudah dimengerti oleh pengguna dan syarat pendaftaran tidak memiliki banyak persyaratan. Rata-rata Paylater digunakan untuk kegiatan konsumtif bukan produktif, Paylater digunakan untuk pembelian fashion, skincare, dan pulsa secara online. Jenis layanan yang digunakan yaitu Shopee Paylater dan Dana Paylater. Kegiatan yang dilakukan menghasilkan perilaku konsumtif dalam kondisi pemasukan rendah bahkan belum memiliki penghasilan, informan yang terlibat biaya hidup masih ditanggung oleh orang tua.

Hasil penelitian sejalan dengan Nikolaus et al., (2024) bahwa penggunaan metode pembayaran paylater memiliki pengaruh terhadap pembelian konsumtif dan membantu pengguna bersikap pembelian impulsif karena bisa dengan mudah menggunakan layanan ini dengan tingkat signifikansi yang sangat tinggi pada pengguna generasi Z. Kemudian didukung oleh penelitian Amarta & Nisa, (2024) bahwa terdapat dampak yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif berlebihan dan kemungkinan terjadi hutang yang tidak terkendali. Dalam Paylater terdapat denda yang diwajibkan bagi pengguna apabila tidak dapat melunasi ketika waktu yang ditentukan telah tiba, dengan jatuh tempo sebesar 5% pada salah satu e-commerce perbulan. Menurut Alystia et al., (2022) denda ini jelas telah menyalahi ajaran syariah karena masuk dalam riba jahiliyah.

Namun, dari jumlah informan yang berpartisipasi dalam penelitian yang dominan adalah mereka yang memilih untuk tidak menggunakan karena faktor tidak ingin terlibat hutang piutang, mengetahui bahaya dari hutang, serta pembelajaran yang dapat diambil dan Ilmu yang telah diterapkan tentang larangan riba. Informan yang memilih tidak menggunakan karena menyadari dibalik manfaat Paylater terdapat mudhorot yang membahayakan pengguna. Sebagaimana pernyataan berikut:

“...Alhamdulillah, selama ini saya tidak menggunakan pinjaman online atau paylater, alasannya karena dengan melakukan pinjaman online kan sama saja dengan hutang ya terus saya melihat banyak kasus yang terjatuh pinjaman online tidak bisa bayar dan itu kan ada presentase bunganya jadi sejauh ini tidak tertarik untuk menggunakan” (Wawancara, 23 April 2024)

Selanjutnya informan SN menyampaikan bahwa:

“...Nggak sama sekali, karena paylater atau pinjaman online itu kan hutang ya, kalau kita hutang malah jadi beban hidup, terus kalau hutang paylater itu kan ada bunga nah jatuhnya ribah, itu alasan kenapa tidak menggunakan layanan ini. Kemudian kesadaran diri juga umur tidak ada yang tau ya lebih baik menghindari dan lebih tidak berbelanja sama sekali dari pada haru hutang, saya memilih kalau ada uang belanja kalau tidak ada seharusnya tidak memaksakan apa lagi untuk hal-hal yang bersifat konsumtif” (wawancara, 24 April 2024)

Informan SL juga menyampaikan bahwa:

“...Nggak pakai, karena takut dosa ribah berkali-kali lipat kalau misalnya dicoba sekali saja takutnya keterusan”. (wawancara, 13 April 2024)

Kemudian informan NA menyampaikan bahwa:

“...Alhamdulillah, selama berbelanja tidak ada niat sama sekali untuk menggunakan paylater atau pinjaman online. Kalau ada uang belanja kalau lagi nggak ada uang nggak belanja, walaupun belanja lebih memilih untuk pinjam ke teman atau saudara dari pada harus pakai pinjaman online karena menghindari bahaya ribah dan lainnya” (wawancara, 25 April 2024)

Pola Konsumsi

Dalam konsep ekonomi konvensional, pola konsumsi adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta mengevaluasi barang dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pola konsumsi menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana orang-orang membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu mereka. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pola konsumsi yaitu besarnya pendapatan, tingkat harga, tingkat bunga, sosial ekonomi dan selera merupakan faktor utama yang menjadi penentu dalam tiap individu untuk memutuskan mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Pada hakikanya yaitu untuk pemakaian nilai atau fungsi dari benda-benda tersebut (Mubarak et al., 2022).

Di balik manfaat penggunaan digitalisasi ekonomi terdapat dampak negatif bagi pola konsumsi generasi Z, dalam penelitian Annisa & Fadli, (2023) juga menjelaskan akibat

dari adanya Paylater, voucher dan diskon membuat pengguna terjerumus dalam perilaku konsumtif karena dapat meningkatkan konsumsi. Hal ini juga ditemukan oleh peneliti informan yang berpartisipasi dominan senang berbelanja online hanya sebagian kecil yang lebih memilih belanja offline karena faktor pengalaman, dan kepercayaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa perubahan pola konsumsi generasi Z dapat berubah karena digitalisasi sifatnya lebih luas dan tanpa batas.

Dalam pola konsumsi Islam bentuk muamalah apapun diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarang (Maghfuroh, 2020), walaupun secara rukun dan syarat telah terpenuhi dalam akad yang digunakan akan tetapi jika terdapat hal-hal yang dilarang dalam syariah maka tidak diperbolehkan, maka dari itu pentingnya generasi Z untuk mengontrol diri, peran literasi keuangan sangat penting untuk mencegah terjadi masalah pada finansial. pentingnya untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam melakukan kegiatan konsumsi, karena sejatinya larangan adalah bentuk penjagaan dari kerusakan atau bentuk agar umat terhindar mudhorot yang akan terjadi akibat kegiatan yang dilakukan, menjauhi segala larangan yang telah Islam perintahkan seperti riba, masyir, gahrar, haram dan lain-lain.

Pembahasan

E-Commerce

Platform belanja online ini menyediakan berbagai fitur yang memudahkan para customer untuk membeli barang dengan jangkauan yang sangat luas dan beragam, terdapat beberapa marketplace yang sangat terkenal di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia dan lainnya. Terdapat jaminan uang kembali terjadi kendala saat proses pengiriman barang seperti barang tidak sampai ke tangan konsumen, kehilangan maka dana akan kembali sepenuhnya, kemudian terdapat voucher diskon dan gratis ongkir yang merupakan bentuk hibah kepada konsumen hal ini untuk menarik pengguna. Sehingga dapat memberikan manfaat tidak hanya kepada produsen akan tetapi juga untuk konsumen, mereka akan mendapatkan harga yang sangat murah saat berbelanja dan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan transaksi.

Generasi Z menunjukkan mayoritas senang berbelanja online dengan beragam platform yang mereka gunakan untuk berbelanja karena kemudahan akses, variasi produk yang lebih luas, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Hal ini menandakan bahwa saat ini digitalisasi bagian aspek e-commerce telah menjadi pilihan bagi generasi ini untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Tersedia fitur gratis ongkir, potongan harga, serta harga yang lebih murah dibandingkan belanja offline menjadi alasan generasi Z senang berbelanja online, namun dibalik manfaat dari belanja online terdapat mudhorot lain yaitu perilaku boros yang sulit terkontrol dan membuat generasi Z terindikasi bersikap konsumtif dan impulsif dikarenakan akses aplikasi e-commerce bisa kapan saja tanpa batas waktu

atau 24 jam selalu buka tanpa tutup, faktor gratis ongkir, potongan harga dan harga yang lebih murah.

Hal ini didukung dengan temuan Pangemanan et al., (2022) yang menyatakan bahwa generasi Z memiliki perilaku menghabiskan waktu untuk membandingkan suatu produk dengan produk yang lain dan melakukan pembelian barang secara berlebihan tanpa direncanakan sebelumnya mengakibatkan penimbunan barang yang tidak terpakai karena faktor potongan harga atau diskon, dan gratis ongkir yang menyebabkan perilaku boros serta tersedianya sistem kredit barang mengakibatkan perilaku impulse buying generasi Z semakin meningkat. Kemudian temuan oleh Hidayati et al., (2020) yang menyatakan bahwa Mahasiswa membeli produk melalui online karena tergiur diskon yang diberikan oleh penjual, dan sangat sedikit pembelian karena butuh melainkan karena ingin membeli Pada platform belanja online generasi Z rata-rata membeli barang kategori fashion, makeup, dan skincare dengan jenis platform yang digunakan juga beragam seperti Shopee, Tokopedia, dan Tiktok shop. Selain pengaruh dari penjelasan diatas juga terdapat faktor lain yaitu iklan media sosial yang mengakibatkan generasi Z melakukan pembelian secara Impulsif, yang mana terdorong untuk berbelanja karena iklan atau promosi produk yang menarik sehingga barang yang dibeli secara tiba-tiba tanpa terencana bukan di dasari oleh kebutuhan melainkan keinginan.

Fenomena menunjukan generasi Z berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan, namun tidak hanya memenuhi kebutuhan tapi juga memenuhi keinginan. Maka diperlukannya kontrol diri dalam melakukan kegiatan belanja secara online yang serba tidak terbatas agar terhindari sikap impulsif yang dapat mengakibatkan permasalahan finansial atau masalah keuangan yang dampaknya akan dirasakan oleh pengguna.

Namun dibalik generasi Z yang gemar belanja online terdapat juga sebagian dari generasi Z yang memilih untuk tetap berbelanja offline karena faktor kepercayaan, dapat melihat langsung barang yang mereka butuhkan dan jauh lebih terkontrol karena pembelian yang terbatas dengan jarak, dan batas waktu toko buka, dibandingkan generasi yang gemar berbelanja online sulit untuk mengontrol diri. Adapun pandangan Islam tentang belanja online, Pola belanja online saat ini tidak lagi dengan mengenal penjual atau bertemu langsung antara penjual dan pembeli, kedua belah pihak hanya berada pada sebuah dunia maya atau dimensi online dimana aplikasi sebagai media untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli secara tidak langsung. Dalam Fiqih muamalah terdapat berbagai macam jenis akad, akad ini terbagi atas 3 kategori yaitu akad jual beli, akad bagi hasil, dan akan sewa-menyewa. Akad jual beli terdapat beberapa yaitu akad murabahah, akad salam, dan akad isthisna. dari semua akad tersebut

yang penting dan menjadi perhatian adalah rukun dan syaratnya harus terpenuhi (Ascarya, 2006).

Pembahasan merupakan bagian terpenting dalam artikel ilmiah. Pada dasarnya, teknik penulisan pada bagian ini diatur sama dengan teknik penulisan pada bagian-bagian sebelumnya.

Tabel 4.2 Tabel Jual Beli Online

Rukun dan syarat Akad Jual Beli		
Rukun	Jual beli Online	Keterangan
<i>'aqidani</i>	Penjual tertera nama toko diwakilkan dengan sistem atau robotik dan manusia	Pembeli hanya mengetahui nama toko dan alamat tanpa mengetahui siapa penjualnya
<i>Ma'qud 'alaih</i>	Tersedia barang dengan bermacam jenis dilengkapi dengan spesifikasi barang yang dijual	Transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan metode yang beragam yaitu tranfer maupun cash (COD)
<i>Shigath</i>	Shigat tidak langsung atau tidak ada shigat lisan	Bukti serah terima ketika pembeli akan menerima barang setelah pembayaran selesai dan barang sampai ketangan pembeli

Sumber: (Abdurohman et al., 2020)

Akad dalam belanja online ini adalah akad salam dimana pesana barang disebutkan spesifikasinya, kemudian kegiatan ini pembeli menyerahkan uang atau melakukan pembayaran seharga yang tertera, pesanan tersebut menjadi tanggungan penerimaan pesanan, akad ini dinamai juga as-salaf (pendahuluan). Jual beli online tertera gambar, spesifikasi barang yang dijual sehingga dalam jual beli online menggunakan akad salam. Akad salam diperbolehkan dalam Islam, dilarang ketika akad tidak terpenuhi.

Layanan Pembayaran Digital

Pembayaran digital saat ini sangat beragam seperti mobile banking, dompet digital, tersedia Qris dan lainnya. Dengan hadirnya berbagai macam pembayaran digital memberikan mudahan bagi setiap pengguna untuk melakukan transaksi lebih bebas kapan saja dimana saja tanpa terhalang apapun. Proses yang cepat dalam transaksi sangat efisien membantu generasi Z melakukan transaksi dan mengelola keuangan sehari-hari.

Pembayaran dapat dilakukan dengan melalui berbagai layanan misalnya seperti pembayaran e-commerce, pembayaran tagihan listrik, transportasi online dengan melalui QRIS, transfer, dan berbagai layanan yang lain. Menjadikan pembayaran bagi generasi Z menjadi sangat praktis, generasi Z gemar cashless karena dengan pembayaran seperti ini lebih fleksibel tanpa terikat oleh waktu, cepat dan lancar dibandingkan dengan metode pembayaran tunai atau konvensional.

Saat ini bagi para informan dengan transfer memberikan kemudahan, tidak sulit harus ke ATM untuk mendapatkan uang tunai, dengan bermodalkan Handphone dan jaringan internet sudah dapat membantu proses pembayaran dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan sehari-hari mereka, menghindari resiko kehilangan uang tunai dan terbebas dari kejadian ketinggalan dompet, sehingga lagi khawatir untuk melakukan pembayaran.

Namun dibalik kemudahan, fleksibel dan cepat, pembayaran digital memicu sikap konsumtif bagi para pengguna layanan. Hal ini sejalan dengan temuan (Fadillah et al., 2020) menyatakan bahwa tindakan konsumtif tidak terlepas dari fitur-fitur yang tersedia pada e-commercer dalam bentuk pembayaran digital, fitur ini membantu generasi Z untuk menyelesaikan transaksi dengan sangat mudah, namun perilaku konsumtif dapat terjadi dan merugikan seperti pengeluaran uang berlebihan, terdapat keinginan belanja yang sulit dikendali, kecemburuan sosial ketika melihat barang dan gaya hidup orang lain, menghilangkan rasa ingin menabung, sulit memiliki dana darurat, menjadi sulit membedakan mana kebutuhan dan keinginan. Kemudian penelitian oleh Frialyani et al., (2023) menyatakan bahwa secara simultan kemudahan penggunaan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Maka perlunya menjaga kendali saat menggunakan pembayaran digital di era yang akses pembelian dan pembayaran tanpa batas, agar tidak berlebihan yang dapat memicu terjadinya permasalahan pada finansial pengguna dan dapat memikirkan efek jangka panjang. Namun dibalik mayoritas informan generasi Z yang senang cashless pembayaran tunai masih sangat relevan bagi mereka, dan masih di gemari oleh beberapa informan dibandingkan cashless dalam melakukan kegiatan memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Pandangan syariah tentang layanan pembayaran digital, dengan adanya uang elektronik saat ini telah memberikan manfaat bagi pengguna, dalam penelitian pembayaran digital dalam prinsip-prinsip syariah, diperbolehkan sebagaimana dalam penelitian Muamar & Alparisi, (2017) menyatakan bahwa uang digital sesuai dengan syariah, karena didalamnya sudah memenuhi prinsip memelihara harta (hifdz mal) dan kemaslahatan bagi pengguna atau pihak yang terlibat. Hal ini berlaku bagi layanan pembayaran digital yang sah dan telah terdaftar secara resmi bukan layanan yang belum terdaftar karena berpotensi mudhorot meskipun syarat-syarat lain terpenuhi.

Dalam bermuamalah dikatakan sah apabila dari jenis akad yang digunakan syaratnya telah terpenuhi dan bebas dari kategori larangan yaitu maysir, gharar, riba, haram, dan bahaya. Dalam layanan pembayaran digital terbagi atas 2 kegiatan yaitu:

a. Transaksi Top-Up Saldo

Pengisian uang dengan jumlah tertentu dengan tujuan menyimpan uang didalam aplikasi seperti aplikasi Shopeepay memiliki persamaan dengan prose pengisian dana pada rekening bank, namun terdapat perbedaan dari segi pilihan yaitu dana yang ditabung

pada terdapat pilihan jenis tabungan apa yang diinginkan konsumen, sedangkan pada Shopeepay tidak memiliki pilihan jenis tabungan, seperti contoh bank syariah memberikan pilihan jenis tabungan dengan menggunakan akad wadi'ah atau dengan akad mudharabah

Pada pengguna layanan pembayaran digital tidak memiliki pilihan maka akad yang digunakan hanya akad wadi'ah yang mana secara praktik dilapangan pengguna dapat menarik dana yang mereka gunakan dan dana tidak dikelola oleh pihak yang dititipkan. Dalam akad wadi'ah pada layanan pembayaran digital terdapat beberapa syarat yang wajib ada saat melakukan pengisian saldo yaitu, Muwaddi' (orang yang menitip), Mustauda' (orang yang menerima titipan), Objek wadi'ah (harta titipan), dan Ijab Qobul.

b. Transaksi Jual Beli

secara jual beli pada layanan pembayaran digital maka yang diperhatikan adalah objek yang dibeli, jenis apa yang dibeli apakah itu pembelian barang atau pembayaran jasa. Jika untuk layanan jasa maka akadnya adalah sewa-menyewa (Ijarah) pembayaran jasa seperti pembayaran di merchant, pengisian ulang saldo, transfer, penarikan saldo melalui pihak ketiga yang bekerja sama dengan layanan yang digunakan maka akan dikenai biaya layanan fasilitas atau biaya admin.

Dalam jual beli dikatakan sah dan boleh jika memenuhi syarat-syarat jual beli. Jadi transaksi menggunakan pembayaran digital untuk jual beli jenis akad tergantung jenis yang akan dibeli. Sehingga dapat diketahui bahwa layanan pembayaran digital seperti dompet digital, dan mobile banking diperbolehkan karena memenuhi syarat dan rukun jual beli.

c. Pinjaman Online

Pinjaman online atau paylater, merupakan layanan yang menyediakan jasa untuk konsumen dalam pembelian untuk membayar nanti. Terdapat beberapa aplikasi digital yang menyediakan layanan paylater seperti platform e-commercer yaitu Shopee Paylater, Gopaylater, Akulaku, Dana Paylater, Kredivo dan lainnya. Penyediaan fitur Paylater agar pengguna dapat melakukan pembelian atau belanja tanpa khawatir dalam kondisi tidak memiliki uang, karena pembayaran akan dilakukan sesuai waktu yang telah ditetapkan dengan berapa kali angsuran.

Intensitas penggunaan pada Informan yang bersedia terlibat dalam penelitian ini hanya 2 orang yang ditemukan menggunakan layanan ini, pengguna Paylater mengaku diberikan kemudahan dalam berbelanja sehingga membantu untuk memenuhi konsumsi pengguna, Paylater mudah dimengerti oleh pengguna dan syarat pendaftaran tidak memiliki banyak persyaratan. Rata-rata Paylater digunakan untuk kegiatan konsumtif bukan produktif, Paylater digunakan untuk pembelian fashion, skincare, dan pulsa secara online. Jenis layanan yang digunakan yaitu Shopee Paylater dan Dana Paylater.

Layanan ini selain memberikan manfaat dan kemudahan juga tidak memungkin terhidar dari mudhorot karena terdapat sistem bunga, dan sikap

suka berhutang apabila pengguna tidak mengontrol diri dapat membahayakan pengguna sehingga terjebak hutang dengan nilai bunga yang membuat tagihan naik ketika tidak dapat membayar, kemudian terjadi resiko bersikap konsumtif karena pengguna dalam melakukan konsumsi dalam kondisi sedang tidak memiliki biaya yang cukup atau dalam kondisi pemasukan rendah. Apalagi penggunaan Paylater untuk kegiatan konsumtif memenuhi keinginan dan mengesampingkan kebutuhan atau untuk memenuhi kebutuhan pun tidak menjamin terbebas dari mudhorot karena pengguna adalah mahasiswa yang tidak memiliki pendapatan karena biaya hidup masih ditanggung oleh orang tua.

Sebagaimana dalam penelitian Nikolaus et al., (2024) bahwa penggunaan metode pembayaran Paylater memiliki pengaruh terhadap pembelian konsumtif dan membuat pengguna bersikap impulsif karena bisa dengan mudah menggunakan layanan ini dengan tingkat signifikansi 95% pada pengguna e-commerce generasi Z. Kemudian penelitian Amarta & Nisa, (2024), menjelaskan bahwa dampak yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif berlebihan, dan kemungkinan dampak akumulasi hutang yang tidak terkendali.

Namun dari jumlah informan yang berpartisipasi dalam penelitian yang dominan adalah mereka yang memilih untuk tidak menggunakan karena faktor tidak ingin terlibat hutang piutang, mengetahui bahaya dari hutang, serta pembelajaran yang dapat diambil dan ilmu yang telah diterapkan tentang larangan riba. Informan yang memilih tidak menggunakan karena menyadari dibalik manfaat Paylater terdapat mudhorot yang membahayakan pengguna.

Paylater dalam pandangan syariah, dengan meningkatnya pengguna pembayaran digital juga hadir pinjaman online yang semakin berkembang dan banyak digunakan oleh masyarakat khususnya generasi Z, e-commerce saat ini berinovasi dengan menghadirkan fitur belanja sekarang bayar bulan depan. Pinjaman uang pada salah satu layanan yang menyediakan fitur Paylater masuk dalam kategori utang piutang, dalam Islam utang piutang tergolong dalam transaksi dengan akad Qard, akad ini menjadi sah apabila rukun dan syarat didalamnya terpenuhi. Menurut Hasan, (2018) terdapat beberapa syarat rukun akad Qard yaitu adanya akid, obyek utang, dan shighat. Rukun dan syarat ini telah terpenuhi dari salah satu contoh Shopee Paylater dimana:

- a. Aqidain (orang yang melakukan utang piutang), pada kegiatan pinjaman pada Shopee Paylater kedua pihak yang terlibat tidak ada unsur paksaan, pembeli atau yang utang diberikan kebebasan untuk membeli produk apapun yang diinginkan serta menyetujui dan melakukan perjanjian.
- b. Obyek Utang, ketika perjanjian telah disepakati oleh yang utang dan yang memberi utang makan

barang sudah berpindah tangan pembeli dengan syarat dan perjanjian yang telah disepakati dimana pembeli memilih lama cicilan atau berapa kali angsuran maka ketika waktu pembayaran tiba maka pembeli harus segera melakukan pengembalian uang sesuai kesepakatan.

- c. Shighat (Ijab Qabul), saat pengguna telah melakukan konfirmasi saat membeli barang pada aplikasi tersebut maka hal ini telah termasuk ijab qobul.

Jika dilihat secara rukun dan syarat dalam Shopee Paylater sudah sesuai dengan akad, maka akad Qard telah terpenuhi. Fitur Paylater memang memberikan kemudahan bagi para pengguna akan tetapi dalam Islam dilarang karena adanya tambahan bunga. Sebagaimana Fatwa DSN MUI No: 19/DSN-MUI/IV/20001 “Nasabah Al-Qardh dapat memberikan tambahan dengan sukarela kepada LKS selama tidak diperjanjikan dalam akad” (DSN MUI, 2001). Dalam Shopee Paylater terdapat cicilan sebesar 2.95% setiap bulan yang mana hal ini jelas riba dan tidak diperbolehkan dalam syariat Islam. Sebagaimana Fatwa MUI terkait hutang tidak diperbolehkan jika terdapat ketentuan biaya tambahan seperti yang ada pada aplikasi tersebut yaitu sebesar 2,95%, penggunaan Paylater jelas tertera syarat dan ketentuan cicilan maka hal ini dilarang. Kemudian terdapat denda yang harus pengguna bayar apabila tidak dapat melunasi atau melakukan cicilan ketika waktu yang ditentukan telah tiba, jatuh tempo yaitu sebesar 5% perbulan. Menurut Alystia et al., (2022) denda ini yang jelas mejadi syarat jatuh tempo dalam utang sebagai bentuk kompensasi dilarang karena termasuk Riba Jahiliyah. Sehingga dengan adanya denda tersebut dalam salah satu fitur yang ada pada e-commerce Shopee Paylater setelah melewati waktu jatuh tempo jelas sangat dilarang karena terdapat manfaat yang dapat di ambil dari mengutangkan maka hal ini dikategorikan riba.

Penggunaan voucher pada shopee dengan syarat dapat terpakai apabila pengguna membayar menggunakan fitur Paylater hal ini jelas dilarang karena masuk dalam riba nasi'ah, dikarenakan penggunaan pinjaman meminjam sejumlah uang untuk membayar pada pihak penyedia jasa sebagai gantinya penyedia jasa menawarkan keuntungan lain dengan mengurangi harga, sebagaimana utang piutang yang ditarik manfaat didalamnya kegiatan ini termasuk riba. Pada dasarnya pinjaman atau utang piutang diperbolehkan dalam Islam akan tetapi harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah tidak terdapat hal-hal yang dilarang dalam aktivitas muamalah.

d. Pola konsumsi

Dengan adanya digitalisasi ekonomi telah mengubah pola konsumsi generasi Z hal ini dapat diketahui pada pembahasan diatas terkait aspek-aspek digitalisasi yang menjadi fokus penelitian. Pada pengguna atau konsumen generasi Z diberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan ekonomi baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Manfaat yang dapat dirasakan bagi pengguna mulai dari beragam jenis barang yang tersedia secara online, kemudahan dalam membayar, tersedia fitur

yang digunakan untuk menunjang kegiatan belanja mereka. Iklan, voucher gratis ongkir, potongan harga, dan harga yang murah, terdapat layanan pembayaran digital yang menunjang serta tersedia fitur paylater sehingga kendala dana tidak lagi menjadi masalah bagi konsumen, ini dapat menarik para konsumen generasi Z, yang di kenal memiliki sikap gemar berbelanja online. Hal ini didukung dengan temuan (Annisa & Fadli, 2023) yang menyatakan bahwa generasi Z gemar berbelanja online hal ini dibuktikan dengan respon membeli barang meskipun barang yang sebelumnya dibeli masih layak digunakan, informan juga tergiur dengan adanya voucher dan diskon yang diberikan.

Namun dibalik manfaat penggunaan digitalisasi ekonomi terdapat dampak negatif bagi pola konsumsi generasi Z, dalam penelitian Annisa dan Fadli juga menjelaskan akibat dari adanya Paylater, voucher dan diskon membuat pengguna terjerumus dalam perilaku konsumtif karena dapat meningkatkan konsumsi. Hal ini juga ditemukan oleh peneliti informan yang berpartisipasi dominan senang berbelanja online hanya sebagian kecil yang lebih memilih belanja offline karena faktor pengalaman, dan kepercayaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa perubahan pola konsumsi generasi Z dapat berubah karena digitalisasi sifatnya lebih luas dan tanpa batas. Dalam pola konsumsi Islam tentang pola konsumsi online yang terjadi pada generasi Z bertentangan dengan syariat Islam, Berikut ayat yang menjelaskan terkait pola konsumsi yang dilarang seperti yang tertera dalam Qur'an surat Al Furqon ayat 67: Artinya: "Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta) mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara demikian"

Ayat ini menjelaskan bahwa kita harus menjauhkan diri dari perilaku mubazir dan sikap sia-sia, mengelola hawa nafsu dan hidup dengan sederhana selalu memiliki rasa syukur. Tentunya ketika melakukan konsumsi tidak berlebih-lebihan, boros dalam konsumsi seperti yang terjadi pada generasi Z, serta menjauhi larangan yang dapat merugikan diri kita, menghindari larangan salah satu contohnya riba. Dalam penggunaan Paylater terdapat riba yang mana telah dijelaskan pada pembahasan pinjaman online layanan pinjaman online meskipun dilakukan atas dasar kerelaan tetap hukumnya dilarang atau haram.

Dalam pola konsumsi Islam bentuk muamalah apapun diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarang, walaupun secara rukun dan syarat telah terpenuhi dalam akad yang digunakan akan tetapi jika terdapat hal-hal yang dilarang dalam syariah maka tidak diperbolehkan, maka dari itu pentingnya generasi Z untuk mengontrol diri, peran literasi keuangan sangat penting untuk mencegah terjadi masalah pada finansial. Terakhir, pentingnya untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam melakukan kegiatan konsumsi, karena sejatinya larangan adalah bentuk penjagaan dari kerusakan

atau bentuk agar umat terhidar mudhorot yang akan terjadi akibat kegiatan yang dilakukan, menjauhi segala larangan yang telah Islam perintahkan seperti riba, masyir, gharar, haram dan lain-lain.

Simpulan dan Implikasi Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, implikasi digitalisasi ekonomi telah mengubah pola konsumsi generasi Z, tidak hanya dari sisi perubahan pola konsumsi konvensional menjadi serba digital tapi juga dampak buruk pada perilaku konsumsi yang tidak terkontrol yang terjadi pada mayoritas generasi Z. Digitalisasi ekonomi yang sangat luas dan tidak terbatas memberikan kemudahan akan tetapi disisi lain telah mendorong pola konsumsi yang sulit terkontrol seperti boros, konsumtif, dan impulsif. Kemudian walaupun saat ini marak pola konsumsi secara online, pola konsumsi offline masih relevan dalam kehidupan generasi Z. Terakhir walaupun saat ini meningkatnya penggunaan Paylater namun pada penelitian ini peneliti menemukan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dominan tidak menggunakan karena penerapan ilmu tentang larangan riba, serta mengetahui bahaya dari penggunaan pinjaman online dan jumlah pengguna paylater yang ditemukan lebih sedikit.

Bagi generasi Z, penelitian ini diharapkan dapat mengontrol keuangan, sehingga kemudian mereka mau dan mampu mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya, bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan mempertimbangkan terkait hal-hal yang belum dibahas atau kurang dalam penelitian ini terkait pola konsumsi dan digitalisasi ekonomi

Referensi

- A F, H. (2018). Fiqh Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek). In Research Repository UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Alystia, dkk. (2022). Penggunaan Poster Ilustrasi Untuk Memberikan Pemahaman Kepada Siswa SMA Mengenai Hukum Penggunaan Shopee Paylater Dalam Pandangan Islam. 2(5), 225–232.
- Nurfitriyenny. (2023). Fintech (Financial Technology). In D. W. Mulyasari (Ed.), EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL (1st ed., pp. 29–42). Pradina Pustaka.
- Wasil, M. (2022). Karakteristik Penelitian Kualitatif. In Y. Novita (Ed.), Metode Penelitian Kualitatif. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Amarta, P. C., & Nisa, F. L. (2024). Pandangan Proses Transaksi PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. 1(2), 152–162.
- Annisa, R. C., & Fadli, F. (2023). Konsumsi Al-Gazali: Penggunaan Paylater Untuk Kebutuhan Atau Keinginan? 2(3), 487–499.
- Ascarya. (2006). Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa negara.
- Fadillah, A. N., Darna, & Muchtasib, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Digital Terhadap

- Perilaku Berbelanja Online Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. 7(1), 1233–1243.
- Firman, R. N. (2023). Digitalization of Islamic Economics in 12 Aspects of Isomorphism : Indonesian Context. *Journal Of Islamic Economic, Finance, and Banking*, 7(2), 152–163.
- Frialyani, S. Z., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2023). The Effect Of Ease Of Use Of Mobile Banking And Lifestyle On Consumptive Behavior In Generation Z. *Managemen Studies and Enterpreneurship Joural*, 4(5), 4724–4731.
- Hidayati, A., Hidayat, T., & Pristian, R. (2020). E-Commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Ikip PGRI Bojonegoro). 1–12.
- Ika, N., Fitriyah, Z., & Dewi, N. C. (2020). Impulse Buying Di E-Commerce Shopee. 3(1), 57–62.
- Ismeirita. (2023). Dampak Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z dan Milenial (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Panca Sakti Bekasi). 6, 675–681.
- Maghfuroh, W. (2020). Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam. 2(1), 33–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jas.v2i1.6824>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitativter Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Muamar, A., & Alparisi, A. S. (2017). Electronic Money (E-Money) Dalam Perspektif Maqashid Syariah. 3(2), 76–77.
- Mubarok, M. S., Abadi, M. T., & Arisandi, D. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Toko Roti Gembong Gedhe Cabang Pekalongan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1–7.
- Nasution, D. S., Aminy, M. M., & Ramadani, L. A. (2019). *Ekonomi Digital* (M. Yusuo (ed.)). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.
- Nikolaus, K. F., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran Pay Later dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif oleh Pengguna E-Commerce Generasi Z di Indonesia. 4(3), 11274–11289.
- Ninggar, A. D., & Anggraini, I. K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Konsumsi E-Wallet Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Aktif Program Sarjana Di Kota Malang). 01(02), 131–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.34152/emba.v1i2.498>
- Ningsih, M. C., Choiroel, W., & Dody, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Pengguna Paylater Di Platform Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan. 2(11), 3218–3231.
- Oktavia, T. (2020). Analisis Pengaruh Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Serta Pendidikan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *National Simposium & Conference Ahlimedia*, 139–146.
- Pangemanan, M. J., Maramis, J. B., & Saerang, D. P. E. (2022). Online Impulse Buying Konsumen E-Commerce Generasi Z Di Sulawesi Utara. 10(2), 1203–1210.
- Priyono, S., Rohmah, M., & Afifah, S. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ditinjau Dari Literasi Ekonomi Keluarga Dan Pengelolaan Uang Saku (Studi Fenomeologi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP Nurul Huda). 6(2), 86–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.30599/utility.v6i02.1700>
- Safira, R., Sugianto, & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy sebagai Variabel Moderating. 5(6), 2859–2878. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3694>
- Sari, A. N., Mintarti, S. U., & Utomo, S. H. (2020). Penggunaan E-wallet dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa. 5(12), 1860–1866.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R7D* (20th ed.). ALFABETA.
- Winarni, V. S., Pratiwi, N. M. I., & Andayani, S. (2022). Pengaruh Iklan Online Dan Tagline Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Pada Generasi Z Di Surabaya Utara. 1(1), 116–120.
- Zulkifli, Hakim, A. A. A. A., Ramadhaniyati, R., Wau, L., Ali, H., Ekowati, D., Triansyah, F. A., Chusumastuti, D., Sholahuddin, M., & Fageh, A. (2023). *EKONOMI DIGITAL* (M. Fuad (ed.); 1st ed.). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). 11(2), 228–241.
- Ascarya. (2006). *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Prakter di Beberapa negara*.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Sensus Penduduk Berdasarkan Kelompok Generasi <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>
- Kementrian Kominfo. (2022). Report Survei Status Literasi Digital Indonesia Tahun 2020. <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/ReportSurveiStatusLiterasiDigitalIndonesia2022>.
- Katadata. (2023). *Metode Pembayaran Yang Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia*. <https://katadata.co.id/digital/fintech/642d7a8128923/dompert-digital-masih-kalahkan-bank-di-indonesia>.

MAPPING TRENDS AND INSIGHTS IN ISLAMIC SUSTAINABLE FINANCE: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS (PEMETAAN TREN DAN WAWASAN DALAM KEUANGAN BERKELANJUTAN ISLAM: ANALISIS BIBLIOMETRIK)

Himmatul Kholidah*, Hanifiyah Yuliatul Hijriah, Hanif Fadhlillah,
Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Email: himmatul.kholidah@vokasi.unair.ac.id

Abstrak

Keuangan berkelanjutan Islam semakin menarik perhatian dalam diskusi akademis, khususnya untuk mengatasi tantangan utama ekologi, sosial, dan tata kelola (ESG). Studi ini menggunakan perangkat lunak VOSviewer dan Biblioshiny untuk analisis bibliometrik guna menganalisis semua 200 artikel ilmiah dan mengidentifikasi tren utama, kontributor, dan kesenjangan penelitian. Jumlah keluaran penelitian meningkat secara nyata setelah tahun 2020, ketika sukuk hijau dan investasi efek menjadi tema yang muncul. Penelitian tentang instrumen keuangan Islam lainnya, pembiayaan berbasis wakaf, dan Takaful masih kurang dieksplorasi. Hasil studi ini menunjukkan bahwa keuangan berkelanjutan Islam dapat menjadi transparan dan efektif menggunakan blockchain dengan fintech di antara peningkatan teknis lainnya. Penelitian lebih lanjut masih diperlukan untuk memahami bagaimana teknologi ini dapat digunakan. Analisis kepenulisan bersama menunjukkan bahwa penelitian masih terfragmentasi. Tiga negara teratas adalah Malaysia, Indonesia, dan Arab Saudi. Negara-negara membutuhkan kolaborasi lebih lanjut tidak hanya untuk berbagi pengetahuan tetapi juga untuk menyelaraskan aturan. Meskipun banyak diskusi teoritis telah dilakukan, hanya sedikit studi empiris yang mengukur dampak sebenarnya dari keuangan berkelanjutan Islam terhadap hasil ekonomi, sosial, dan ekologi. Penelitian ini menyoroti perlunya penelitian lebih lanjut tentang kesadaran dan adopsi publik, dengan fokus khusus pada faktor perilaku yang memengaruhi keputusan investasi. Kerangka regulasi untuk keuangan berkelanjutan Islam masih terus berkembang dan terus berkembang, dan pendekatan global yang standar belum tercapai. Penelitian di masa mendatang dapat dilakukan dengan lebih baik dengan mengumpulkan lebih banyak data, bereksperimen untuk menguji gagasan, dan berkolaborasi lintas bidang.

Kata Kunci: Keuangan Islam, Keberlanjutan, SDG, ESG, Analisis bibliometrik.

Abstract

Islamic sustainable finance has increasingly garnered attention in academic discussions, specifically for tackling key ecological, social, and governance (ESG) challenges. This study uses VOSviewer and Biblioshiny software for bibliometric analysis to analyze all 200 scholarly articles and identify main trends, contributors and research gaps. The number of research outputs increased noticeably after 2020, when green sukuk and effect investing became emerging themes. Research on other Islamic financial instruments, waqf-based financing, and Takaful remains underexplored. The results of this study show that Islamic sustainable finance can become transparent and effective using blockchain with fintech among other technical improvements. Further research is still needed to understand how this technology can be utilized. Co-authorship analysis shows that research is still fragmented. The top three countries are Malaysia, Indonesia, and Saudi Arabia. Countries need further collaboration not only for knowledge sharing but also for aligning rules. Although much theoretical discussion has taken place, few empirical studies have measured the actual impact of Islamic sustainable finance on economic, social, and ecological outcomes. This research highlights the need for further research on public awareness and adoption, with a particular focus on behavioral factors affecting investment decisions. The regulatory frameworks for Islamic sustainable finance are still evolving and developing steadily, and a standard global approach is yet to be achieved. Future research can do better by collecting more data, experimenting to test ideas, and collaborating across fields.

Keywords: Islamic finance, Sustainability, SDGs, ESG, Bibliometric analysis.

Introduction

Sustainable investment in Islamic finance has become a considerably important topic in many current economic discussions, particularly in dealing with specific social and ecological challenges (Rusydia, 2020). High poverty rates signal economic inefficiencies, so poverty reduction often gauges economic development (Ahmed, 2017; Rusydia, 2020). Limited access to resources such as education, capital and employment opportunities contributes to persistent poverty levels in developing nations such as Indonesia, where this issue is especially prominent (Paltrinieri et al., 2020). One way to encourage more sustainable economic development is through Islamic finance, which incorporates specific moral and Shariah-compliant financial principles (Harahap et al., 2023). Zakat and waqf, in addition to sukuk, are multiple instruments that support social welfare. These instruments also reduce income inequality along with funding many long-term development projects (Raimi et al., 2024). Risk-sharing is stressed in Islamic finance. It also focuses intently on asset-backed financing and moral investments, potentially creating a much more stable financial system (Harahap et al., 2023).

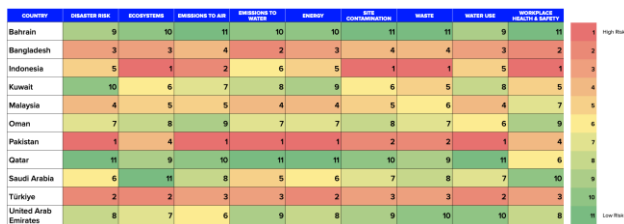


Figure 1. Environmental and social risk exposures for core Islamic finance markets

Source: Islamic Finance ESG Outlook (2023)

Figure 1 shows environmental and social risk in key Islamic finance markets; it can be seen that there is an increasing demand for sustainable investment in many countries. Countries like Pakistan, Indonesia, and Bangladesh have higher risks in emissions, disaster vulnerability, and workplace safety, while Bahrain, Qatar, Saudi Arabia, and the UAE have relatively low risks, probably as a function of stringent environmental policies (Islamic Finance ESG Outlook, 2023). These risks have tangible economic ramifications, as high-risk countries grapple with inefficiencies that impede development, while lower-risk nations attract more stable investments. Islamic finance, firmly set within the principles of Shariah, goes beyond making profits; instead, it focuses on undertaking poverty reduction, social welfare, and long-term sustainability, making sure economic growth is tuned to environmental and social responsibility (Rusydia, 2020).

Despite its growing relevance, the academic study of sustainable investment in Islamic finance is still somehow unexplored. This study maps current research trends using bibliometrics to identify major contributors, themes, and possible areas for further study. Analyzing all scholarly output makes this study especially novel. This analysis

pinpoints many highly influential authors and institutions, along with countries that have made large contributions to the field. This study also maps the research trends, which intend to identify the future research trend as well as the area of Islamic sustainable finance. These bibliometric mappings highlight several gaps and emerging opportunities for further exploration in Islamic sustainable finance.

This study makes two significant contributions to the field. First of all, it provides a well-organized review of academic research, shedding light on how sustainable investment has evolved in the context of Islamic finance. This study provides valuable knowledge for anyone interested in the field of Islamic finance and sustainability impacts. Moreover, this study identifies the main themes that have been explored in existing literature, helping researchers and professionals focus on areas that still need more attention. The findings are designed to be a practical tool for policymakers, financial institutions, and academics, helping them develop better strategies to promote sustainable finance within the Islamic framework. Beyond that, this study also acts as a helpful guide for understanding the growth of sustainable investment in Islamic finance and for steering future research efforts (Aliyu et al., 2017). To tackle these goals, the study focuses on answering the following research questions:

RQ1. How has the literature on sustainable investment in Islamic finance evolved?

RQ2. Which authors, organizations, and countries have contributed most significantly to research in this field?

RQ3. What are the key themes and issues explored in sustainable investment research within Islamic finance?

RQ4. What future research opportunities and directions exist for sustainable investment in Islamic finance?

By exploring these questions, this study aims to build a solid groundwork for future research and add to the broader dialogue about sustainable finance in the Islamic economic system. It's a step forward in understanding how finance can align with both ethical and environmental goals.

Methods

This paper discusses the sustainability issue of Islamic finance from the perspective of trend, performance, and future direction. The study will combine bibliometric analysis with Systematic Literature Review (SLR) to ensure that our analysis is comprehensive and structured. The SLR method helped us systematically gather the studies that fitted specific criteria while ensuring that each of the review questions was sharply defined (Mengist et al. 2020). Guidelines by PRISMA supported transparency and systematically the analysis in this study. PRISMA was used because it clearly outlines how the review should be documented, from the identification of relevant studies, through the description of the steps taken, and the summary of findings (Page et al., 2021). We searched the literature using Scopus. Initially, we identified 224 articles related to our selected keywords.

The PRISMA flow diagram (Figure 2) outlines how the selection was refined.

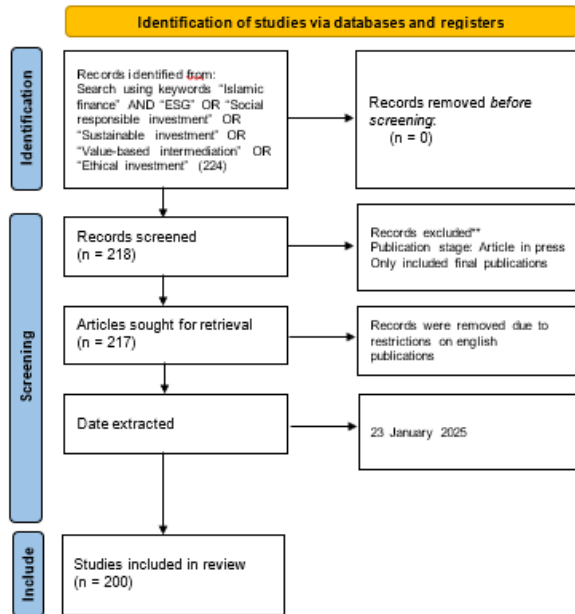


Figure 2. PRISMA 2020 flow diagram for the sample selection
Source: Author's elaboration based on PRISMA diagram

Some of the keywords used during the search process in the Scopus database were "Islamic finance" AND "ESG" OR "Social responsible investment" OR "Sustainable investment" OR "Value-based intermediation" OR "Ethical investment.". Later on, during the screening stage, we filtered articles to meet our predefined inclusion and exclusion criteria, with the intent of considering high-quality relevant studies only. During the inclusion phase, the most relevant studies that suited the research objectives were selected for further analysis and provided the dataset upon which our analyses were performed. From this, we proceed with a total of 200 detected publications based on the research area at this stage. The steps in the systematic literature review involved the identification of relevant studies and the elimination of duplicates or irrelevant records.

Bibliometric analysis has allowed us to trace publication trends, identify key researchers and institutions, and outline major themes of the field (Donthu et al., 2021). This approach provided a structured way to explore how sustainability in Islamic finance evolved and where research gaps remain (Kokol et al., 2020). For data analysis, we used two key tools, namely VOSviewer and Biblioshiny (R Studio). VOSviewer helped us visualize relationships between studies, such as co-authorship networks, keyword connections, and citation linkages (Van Eck & Waltman, 2014). Meanwhile, Biblioshiny provided more comprehensive statistical analysis, allowing us to explore thematic patterns and emerging research areas in more detail (Aria & Cuccurullo, 2017). With the integration of these approaches, we could present a comprehensive review related to sustainability within Islamic finance. This approach is not only useful in highlighting existing knowledge but also in pointing out areas that need further research. Our findings are expected to contribute valuable insights for both

academics and policymakers working towards the advancement of sustainable investment in Islamic finance.

Result and Discussion

Findings

Trend of publications

This section intends to address RQ1: How has the literature on sustainable investment in Islamic finance evolved? At this point, we provide an analysis based on publication trends related to the topic of Islamic finance and sustainability, spanning from 2015 to 2025, using a bibliometric approach. Figure 3 shows the result of consistent growth in academic contributions, indicating that there is increasing interest in the role of Islamic finance in sustainable development. From 2015 to 2018, research output remained consistent, between 6 and 10 articles per year. That number rose to 12 in 2019, beginning a trajectory of growth. A sharp increase to 20 publications in 2020 followed, probably facilitated by the emergence of Islamic green finance instruments such as green sukuk and impact investing.

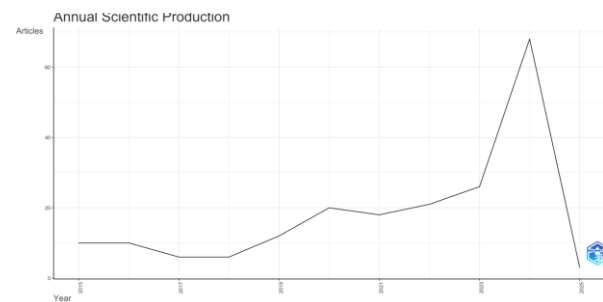


Figure 3. Trend of publications

Source: Authors' elaboration based on Scopus data processing by Biblioshiny (RStudio)

Table 1. Sample's details

Description	Results
Sources (Journals, Books, etc.)	107
Authors	467
Documents	200
References	8303
Average publications per year	3.54
Average citations per document	7.145

Source: Authors' elaboration based on Scopus data processing by Biblioshiny (RStudio).

Despite a minor dip in 2021 (18 publications), research remained robust, climbing to 21 publications in 2022 and 26 publications in 2023. The most notable increase came in 2024, with 68 publications, indicating the growing prominence of Islamic finance within the impact on sustainability. In 2025, 3 additional papers were published, showing persistent academic action, although the overall situation might be normalizing following the surge in 2024. This dataset includes 200 publications from 107 journals, books, and conference proceedings, written by 467 authors, and it cites 8,303 references. The

average number of citations per document is 7.145, indicating the increasing impact of the field.

Table 2. Top 5 leading journals

Journal	Documents
International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management	11
ISRA International Journal of Islamic Finance	9
Islamic Green Finance: A Research Companion	8
Al-Shajarah	6
Islamic Finance and Sustainable Development: A Global Framework for Achieving Sustainable Impact Finance	6

Notes:
 Articles (114 publications)
 Books and book chapter (59 publications)
 Conference proceedings (15 publications)
 Review (12 publications)

Source: Authors' elaboration based on Scopus data processing by Biblioshiny (RStudio).

Meanwhile, Table 2 shows the top 5 most notable academic journals driving research in Islamic finance and the role in sustainability, namely International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management (11 publications) and ISRA International Journal of Islamic Finance (9 publications). Other leading journals are Islamic Green Finance: A Research Companion (8 documents), Al-Shajarah (6 documents), and Islamic Finance and Sustainable Development: A Global Framework for Achieving Sustainable Impact Finance (6 documents).

Leading authors, affiliations and countries

This section address RQ2 by identifying the core contributors in the literature related to Islamic sustainable finance, such as authors, author affiliations, and author countries, who have made the most important contributions to the research area. To examine this, we performed co-authorship analysis based on the work of Bahoo et al. (2020) and Kholidah et al. (2022). Therefore, VOSviewer provided the visualization of bibliometric mapping that shows the relationships among researchers and their collaborative networks with each other. Figure 4 emphasizes the scattered nature of research in this field. The analysis reveals that authors operate mostly on their own or in small, isolated groups and that there is comparatively little collaboration across the clusters. For example, in this green cluster at the center, Hassan and Kabir are the most notable authors among others, having formed multiple collaborations with members of this cluster. One of the most popular scientific articles by Hassan and Kabir is Hassan et al. (2021), which focuses on investigating the interaction between ESG (environmental, social, and governance) performance and Sharia compliance in influencing market risks. The study highlights the complementarity between ESG and Sharia screenings, showing how integrating both approaches can optimize risk reduction for firms.

However, his connections to the other clusters are scant. In particular, to indicate connections among the scientific fields, Andrea Paltrinieri collaborates here in the red cluster with Alberto Dreschler and Stefano Piseri more closely to each other, forming a compact subgroup. While these clusters are closely connected with researchers in their networks, they have little connection to researchers in other clusters. In contrast, blue and yellow clusters correspond to smaller network groups, again with even less external connectivity. Moreover,

especially at early stages, this fragmentation within the research community prevents effective knowledge-sharing and collaborative progress. A wider collaboration among researchers, outside their groups or regions, would help build a stronger body of work on Islamic sustainable finance.

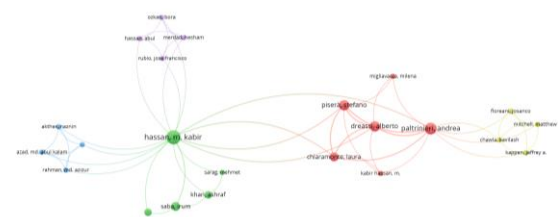


Figure 4. Co-authorship authors

Source: Authors' elaboration based on Scopus data processing by VOSviewer

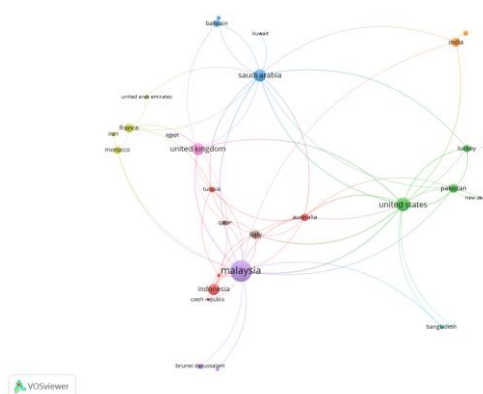


Figure 5. Co-authorship countries

Source: Authors' elaboration based on Scopus data processing by VOSviewer

Furthermore, we also conducted a co-authorship analysis of countries that had researched Islamic sustainable finance, as shown in Figure 5. The network map generated by VOSviewer illustrates the collaborative patterns among different countries. In this visualization, each node represents a country, with the node's size representing the volume of research contributions. The links between the nodes represent co-authorship links, while the thickness of the links reflects the strength or frequency of these co-authorships. Colors cluster countries with similar co-authorship patterns. The result identifies Malaysia as the most notable country, producing the highest number of publications in the research area. Figure 5 also shows that Malaysia continues to cooperate extensively with countries including Indonesia, Saudi Arabia and the United States in various fields, helping to promote collaboration on the global stage. Saudi Arabia, the U.S., and Pakistan also stand out as significant contributors, forming active networks while remaining connected to other parts of the world. There are smaller clusters across Europe and parts of the Middle East—the United Kingdom, France, and Morocco showcase focused but regionally complementary collaborative efforts. In contrast, nations like India and Turkey seem more disconnected from the

field. Hence, this section sheds some light in some of the possible future research avenues while highlighting some gaps in the existing literature and diverging trends that could influence Islamic sustainable finance in the future. A deeper dive into the data shows that the research growth in the area has been predominantly driven by green sukuk and impact investing of green investments (Abdullah & Keshminder, 2022). But there some areas remain much to discover. Researchers may consider the development and performance of some other new Islamic financial instruments that adhere to the principles of sustainability. For instance, despite its potential to contribute to sustainable development goals (SDGs), the role of Islamic social financial instruments like waqf is underexplored (Zain and Zulkarnain, 2020). Other important area like Takaful (Islamic insurance) responds to climate change mitigation and adaptation strategies is also nascent (Zain et al., 2024).

The evolution of keywords analysis from the previous section shows that technology, especially blockchain and fintech, is gaining great importance in Islamic finance (Goud et al., 2021). Future research can explore how these technologies may improve aspects of transparency, efficiency, and accessibility of sustainable investment is an exciting avenue. Indeed, blockchain-powered smart contracts can simplify it by making the issuance and monitoring process of Islamic financial transactions much easier, as it covers the requirement for Shariah governance and ESG compliance (Saha and Shaik, 2024). As much of the literature so far has been theoretical in nature on Islamic sustainable finance, empirical studies that measure the impact in practice are sorely needed. Further studies need to be conducted for Islamic sustainable finance in terms of economic, social and environmental impact and outcome. Longitudinal studies tracking the performance of Islamic sustainable investment portfolios may assess their capacity to deliver financial returns along with social impact over a period of time (Mansour & Vadell, 2023). While Islamic sustainable finance has become growing interest, public awareness and adoption of this financial solution are yet to be explored (Alam et al., 2023). Next steps could be to better understand the behavioural factors which drive investor and consumer decisions for Islamic sustainable investment products. Studies might explore how investment decisions, for example, are affected by religious principles, financial education, or risk perceptions (Ibrahim & Multany, 2022). With this understanding, financial institutions would be able to formulate better marketing and educational activities to cater for sustainable finance in the Islamic markets.

The development of Islamic sustainable finance also greatly relies on regulatory frameworks (Hassan et al., 2021; Billah et al., 2024). Even though a few jurisdictions have developed green sukuk in addition to ESG compliance guidelines (Keshminder et al., 2022), there is no completely created regulatory framework. Later studies could aim to evaluate how well current policies work and suggest ways to bring Islamic finance rules more in line with worldwide sustainable finance

structures. This research might also look at how central banks and Shariah advisory boards can help to support sustainable investment. While Islamic finance is based on moral guidelines, more research should be done on whether it can help with socioeconomic problems like financial inclusion, poverty alleviation and social justice (Hunjra et al., 2024; Ryandono et al., 2024; Mahadi et al., 2019). Future studies may explore Islamic sustainable finance's role in supporting multiple microfinance initiatives and SME (Small and Medium enterprise) development, plus many Maqasid al-Shariah (higher objectives of Islamic law). Sustainable finance has evolved. Because it has large potential, researchers could thoroughly explore its importance and effect assessment from an Islamic perspective (Harahap et al., 2023). Many opportunities exist when exploring multiple financial instruments as well as integrating several emerging technologies. Easing cross-border collaboration along with thoroughly measuring real world effect yields even more opportunities. To sustain global Islamic sustainable investment, it will be important to understand consumer behavior, improveregulatory frameworks and cope with moral dilemmas. As the field evolves, these research avenues will prove useful to policymakers, financial institutions and investors aiming to make Islamic finance coherent with global sustainability objectives.

Conclusion

Islamic sustainable finance has gained large academic attention, particularly after 2020, given that research output has substantially grown. This study uses a systematic literature review (SLR) of 200 scholarly articles and bibliometric analysis to identify key trends and gaps in the field. While green sukuk and effect investing have spurred much research, waqf-based financing and Takaful need more study. While blockchain and fintech present certain potential improvements in clarity and effectiveness, research on their function in Islamic sustainable finance is not yet widely available. Malaysia, Indonesia and Saudi Arabia contribute the most, but more international cooperation could improve knowledge-sharing. Theoretical research is wide ranging. Empirical studies measuring the economic, social, as well as the ecological effect of Islamic sustainable finance, however, remain scarce. A greater comprehension of behavioral factors that influence investment decisions certainly requires more investigation. Further investigation is needed for public awareness and adoption. Because the rules are constantly changing, there is no universal standard to manage all green sukuk and ESG compliance.

This study only utilizes data from Scopus, not counting information from other databases. Both bibliometric and SLR approaches target the identification of trends in research rather than an in-depth qualitative analysis. Not every recent industry announcement may appear within academic literature; in fact, not every actual policy change will be represented in this paper either. Highly restrictive areas for improvement are those related to collaboration among a limited number of scholars. Future

research should go on expanding to a greater dataset, including empirical studies and exploring interdisciplinary approaches which merge Islamic finance, technology, and sustainability. Comparative research between Islamic and conventional frameworks will facilitate regulatory development. Increased research collaboration and the involvement of policymakers will encourage innovation, thereby aligning Islamic sustainable finance with global goals on sustainability.

References

- Abdullah, M. S., & Keshminder, J. S. (2022). What drives green sukuk? A leader's perspective. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(3), 985-1005.
- Ahmed, H. (2017, November). Contribution of Islamic finance to the 2030 agenda for sustainable development. In *High-level conference on financing for development and the means of implementation of the 2030 agenda for sustainable development* (pp. 1-53).
- Alam, A., Ratnasari, R. T., Jannah, I. L., & El Ashfahany, A. (2023). Development and evaluation of Islamic green financing: A systematic review of green sukuk. *Environmental Economics*, 14(1), 61-72.
- Aliyu, S., Hassan, M. K., Mohd Yusof, R., & Naiimi, N. (2017). Islamic banking sustainability: A review of literature and directions for future research. *Emerging Markets Finance and Trade*, 53(2), 440-470.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4). <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>.
- Bahoo, S., Alon, I., & Paltrinieri, A. (2020). Corruption in international business: A review and research agenda. *International Business Review*, 29(4), 101660.
- Belal, A. R., Abdelsalam, O., & Nizamee, S. S. (2015). Ethical reporting in Islami Bank Bangladesh Limited (1983–2010). *Journal of Business Ethics*, 129, 769-784.
- Di Bella, V., & Al-Fayoumi, N. (2016). Perception of stakeholders on corporate social responsibility of Islamic Banks in Jordan. *EuroMed Journal of Business*, 11(1), 30-56.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>.
- Goud, B., Uddin, T. A., & Fianto, B. A. (2021). Islamic Fintech and ESG goals: Key considerations for fulfilling maqasid principles. In *Islamic Fintech* (pp. 16-35). Routledge.
- Harahap, B., Risfandy, T., & Futri, I. N. (2023). Islamic law, Islamic finance, and sustainable development goals: A systematic literature review. *Sustainability*, 15(8), 6626.
- Hassan, M. K., Chiamonte, L., Dreassi, A., Paltrinieri, A., & Piserà, S. (2021). The crossroads of ESG and religious screening on firm risk. *Research in International Business and Finance*, 58, 101500.
- Hunjra, A. I., Arunachalam, M., & Hanif, M. (2024). The Role of Islamic Social Finance in Poverty Eradication. In *Islamic Finance in the Modern Era* (pp. 26-39). Routledge.
- Ibrahim, A., Mulyany, R., & Arfan, M. (2022, October). Have the Indonesian Islamic Banks Embarked on Value-Based Intermediation? A Content Analysis. In *2022 International Conference on Sustainable Islamic Business and Finance (SIBF)* (pp. 103-107). IEEE.
- Islamic Finance ESG Outlook. (2023). *Islamic Finance ESG Outlook Report 2023*. https://www.lseg.com/content/dam/data-analytics/en_us/documents/reports/lseg-islamic-finance-esg-outlook-2023-report.pdf. Accessed on 3 February 2025.
- Keshminder, J. S., Abdullah, M. S., & Mardi, M. (2022). Green sukuk–Malaysia surviving the bumpy road: performance, challenges and reconciled issuance framework. *Qualitative Research in Financial Markets*, 14(1), 76-94.
- Kholidah, H., Hijriah, H. Y., Mawardi, I., Huda, N., Herianingrum, S. & Alkausar, B. (2022). A Bibliometric mapping of peer-to-peer lending research based on economic and business perspective. *Heliyon*, 8 (2022). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11512>.
- Mahadi, N. F., Yunus, S. M., & Batubara, M. (2024). Fiqhi and Fatwa rulings governing green finance. In *Islamic Green Finance* (pp. 78-88). Routledge.
- Mansour, N., & Vadell, L. M. B. (Eds.). (2023). *Islamic Sustainable Finance, Law and Innovation: Opportunities and Challenges*.
- Mengist, W., Soromessa, T., & Legese, G. (2020). Method for conducting systematic literature review and meta-analysis for environmental science research. *MethodsX*, 7, 100777. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2019.100777>.
- Mohd Zain, F. A., Muhamad, S. F., Abdullah, H., Sheikh Ahmad Tajuddin, S. A. F., & Wan Abdullah, W. A. (2024). Integrating environmental, social and governance (ESG) principles with Maqasid al-Shariah: a blueprint for sustainable takaful operations. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>.
- Paltrinieri, A., Dreassi, A., Migliavacca, M., & Piserà, S. (2020). Islamic finance development and banking ESG scores: Evidence from a cross-country analysis. *Research in International Business and Finance*, 51, 101100.
- Raimi, L., Abdur-Rauf, I. A., & Ashafa, S. A. (2024). Does Islamic Sustainable Finance Support Sustainable Development Goals to Avert Financial Risk in the Management of Islamic Finance Products? A Critical Literature Review. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(6), 236.

- Rusydiana, A. (2020). Islamic Finance and Sustainable Development Goals (SDG): A Bibliometric Review. *Journal of Islamic Economics Literatures*, 1(1).
- Ryandono, M. N. H., Widiastuti, T., Mawardi, I., et al. (2024). Constructing an Environmental, Social, And Governance (ESG) Index for Islamic Social Finance Institutions: Empirical Investigation from Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(4), 2620-2645.
- Saha, K., & Shaik, M. (2024). Dynamic nexus between Sharia and ESG indices and ETFs in India. *Cogent Economics & Finance*, 12(1), 2409423.
- Sherif, M. (2020). The impact of Coronavirus (COVID-19) outbreak on faith-based investments: An original analysis. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 28, 100403.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2014). Visualizing bibliometric networks. In Y. Ding, R. Rousseau, & D. Wolfram (Eds.), *Measuring scholarly impact: Methods and practice* (pp. 285–320).
- Yousaf, I., Suleman, M. T., & Demirel, R. (2022). Green investments: a luxury good or a financial necessity? *Energy Economics*, 105, 105745.
- Zain, N. S., & Muhamad Sori, Z. (2020). An exploratory study on Musharakah SRI Sukuk for the development of Waqf properties/assets in Malaysia. *Qualitative Research in Financial Markets*, 12(3), 301-314.