

Volume 14 Nomor 2b Agustus 2021

ISSN 1979-0856

E K O N O M I S

JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

Penanggung Jawab:

Harlyn Siagian MBA, Ph. D

Ketua Editor:

Dr. Romulo Sinabutar MBA

Dewan Penyunting:

Dr. Tonny Soewignyo

Prof. Dr. Marlinda Siahaan

Fanny Soewignyo MSC. Ph. D

Ronny Kountur Ph. D

Alamat Redaksi:

Fakultas Ekonomi

Universitas Advent Indonesia

Jl. Kol. Masturi 288, Telp. (022) 2700274, 2700162

Parongpong, Bandung

E K O N O M I S

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

DAFTAR ISI	Hal
PENGARUH KOMITE AUDIT TERHADAP PENGUNGKAPAN PENGENDALIAN INTERNAL Fitriany Br. Simbolon dan Lenita Waty	3
PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY Nicolas Ernesto dan Hisar Pangaribuan	19
ANALISA LAPORAN KEUANGAN UNTUK MENETAPKAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN Yaneke Pingkan Boyoh dan Romulo Sinabutar	32
PENGARUH PROMO SHOPEEFOOD TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA SHOPEE (Di Daerah Tangerang Selatan) Izella Vania dan Remista Simbolon	46
THE EFFECT OF LIQUIDITY AND LEVERAGE ON TAX AGGRESSIVITY IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR COMPANIES REGISTERED IN INDONESIA STOCK EXCHANGE 2017-2019 Icsan Pratama Panjaitan dan Martinus Ismail	59
Kebijakan Editorial dan Pedoman Penulisan Artikel	70

PENGARUH KOMITE AUDIT TERHADAP PENGUNGKAPAN PENGENDALIAN INTERNAL

Fitriany Br Simbolon¹ dan Lenita Waty²
Universitas Advent Indonesia

ABSTRACT. *This research purpose is to examine the effect of the audit committee characteristic with audit committee expertise, genders in audit committee, and company age as the indicators and internal control research as the dependent variable. This research used data that obtained from the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2019 to 2020. For the sample, this research used 41 banking companies that registered on the IDX result from purposive sampling method. The multiple regression used in this research for the statistiacal technique. The final results of this research indicate that the knowledge of the audit committee and the gender in audit committee have a positive effect on internal control disclosure.*

Keywords: *Audit Committee size, Audit Committee Accounting or Finance Expertise, Company age, Gender in Audit Committee, and Internal Control Disclosure*

PENDAHULUAN

Misi dalam membuat laporan keuangan ialah memberikan informasi yang pada pihak eksternal untuk membuat keputusan dalam kegiatan ekonomi, seperti memperhitungkan kemampuan menanamkan modal pada perusahaan, kelayakan kredit pada perusahaan, dan pemerintah juga bisa memakainya guna memperhitungkan ketaatan perusahaan dengan peraturan yang sudah diresmikan. Agar membantu dalam membuat keputusan, laporan keuangan wajib memuat informasi secara lengkap dan reliabel (Agyei-Mensah, 2016). Berjalannya sistem pengendalian internal merupakan salah satu mekanisme yang penting dalam menyediakan informasi yang lengkap dan reliabel pada perusahaan (Chang et al., 2019). COSO 1992 mengubah cara pandang terhadap pengendalian internal. Laporan COSO dalam sistem pengendalian internal dianggap efisien apabila seluruh komponennya terdapat serta berperan dengan baik. COSO mendefinisikan sistem pengendalian internal sebagai proses yang melibatkan dewan komisaris, manajemen, dan personel lainnya, yang dirancang untuk memberikan jaminan yang memenuhi syarat, yaitu: kepatuhan terhadap hukum, dan peraturan yang berlaku, keandalan pelaporan keuangan, dan efektivitas serta efisiensi operasi.

Kelemahan pengawasan dan pengendalian internal dalam kasus yang terjadinya pada perusahaan Enron, Worldcom, dan Tyco Internasional yang terjadi di awal tahun 2000-an menghebohkan sektor pasar modal Amerika Serikat. Di mana tiga perusahaan

itu sudah teruji telah melakukan kecurangan laporan keuangan yang sengaja menyesatkan para investor publik. Meskipun laporan keuangan perusahaan - perusahaan tersebut telah di audit oleh kantor akuntan publik yang punya reputasi baik yang bernama Arthur Andersen masuk ke dalam jajaran 5 besar kantor akuntan terbesar di dunia atau big five, tetapi penyalahgunaan peran auditor masih terjadi.

Oleh karena itu, pada Juli tahun 2002 pemerintah AS yang pada saat itu dipimpin oleh Presiden George Walker Bush dan didukung oleh US SEC (Securities & Exchange Commission), mengeluarkan undang-undang yang disebut Sarbanes Oxley Act 2002 (SOX, SOA atau SARBOX) atau yang juga dikenal sebagai perusahaan Reformasi Akuntan Publik dan perlindungan investor sesuai dengan undang-undang 2002. Untuk membantu pengendalian internal yang baik maka terdapat dua bab atau section di dalam SOX. Pertama, di bagian 302 berfokus kepada pada kontrol dan prosedur pengungkapan semua kelemahan material dalam pengendalian internal dan mengharuskan eksekutif utama dan pejabat keuangan perusahaan membuktikan bahwa informasi keuangan akurat dan dapat diandalkan. Kedua, di bagian 404 perusahaan mengharuskan menilai dan melaporkan efektivitas struktur pengendalian internal setiap tahun dan perusahaan wajib melaporkan kekurangan kepada komite audit dan direksi. Sementara itu, pengungkapan pengendalian internal di Indonesia diatur dengan keputusan ketua BAPEPAM-LK No. KEP-431/BL/2012 yang diubah dengansurat edaran dari OJK. No. 30 / SEOJK.04 / 2016, yang isinya perusahaan atau badan wajib membuat deskripsi informasi atas sistem pengendalian internal yang diterapkan berisi minimal informasi tentang pengendalian atas operasional serta finansial, dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan lainnya dan tinjauan atas efektifnya penerapan sistem pengendalian internal (Rakhmayani & Faisal, 2019). Keputusan ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi perusahaan, serta menekankan krusialnya independensi auditor eksternal dalam melakukan pekerjaannya.

Belajar dari kasus Enron, BAPEPAM-LK meminta emiten membentuk komite audit internal. KEP-29/PM/2004, peraturan nomor. IX.I.5 Tentang Pembentukan dan Pelaksanaan Komite Audit pada tanggal 24 September 2004. Kep-643/bl/2012, peraturan nomor. IX.I.5 Tentang Penetapan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit pada tanggal 7 Desember 2012. Peraturan BAPEPAM-LK No.IX.I.5 Tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit yang kemudian diubah menjadi Peraturan OJK No. 55/POJK.04/2015 tanggal 23 Desember 2015 yang berisi secara garis besar bahwa Komite Audit adalah komite yang ditugaskan oleh dewan komisaris untuk bekerja secara profesional dan independen membantu dan memperkuat kinerja dewan komisaris (atau dewan pengawas) dalam menjalankan fungsi pengawasan (oversight) dalam proses pelaporan keuangan, manajemen risiko,

pelaksanaan audit, dan implementasi dari corporate governance di perusahaan-perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal masih relatif sedikit. Salah satu penelitian yang mengaitkan pengaruh karakteristik komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal dilakukan oleh (Rakhmayani & Faisal, 2019) yang menguji ukuran komite audit, keahlian komite audit dan jumlah pertemuan komite audit pada 100 sampel perusahaan publik dengan kapitalisasi pasar terbesar pada tahun 2016. Pangaribuan et al., (2019) membuktikan bahwa perusahaan dengan karakteristik komite audit yang bervariasi dan heterogen akan membuat perusahaan lebih terbuka akan informasi pengendalian intern kepada publik.

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Peneliti menggunakan teori keagenan untuk mengembangkan penelitian ini. Fokus dari agency theory adalah untuk menentukan kontrak yang paling optimal dan untuk mengatur hubungan antara prinsipal atau pemegang saham dengan agen atau manajemen kontrak antara prinsipal dengan agen. Dalam tata kelola perusahaan ketika terjadinya pemisahan antara pemilik dalam hal ini adalah pemegang saham dengan pihak manajemen adalah agen, maka memungkinkan terjadinya konflik keagenan. Konflik keagenan ialah tindakan di mana pihak agen atau pihak manajemen bertindak tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak prinsipal atau pemegang saham. Jadi pemegang saham bisa saja memiliki pengetahuan yang kurang memadai karena informasi tidak tersedianya (*availability of information*) dan informasi tersebut disembunyikan. Biasanya pengetahuan pemegang saham sebatas informasi laporan keuangan perusahaan yang diungkapkan perusahaan tersebut. Disini kelihatan bahwa pemegang saham tidak sepenuhnya mengetahuinya sistem pengendalian internal yang berjalan di perusahaan. Padahal, sistem pengendalian internal dibuat untuk membagikan kepercayaan yang mencukupi atas pencapaian keberhasilan tujuan perusahaan sehingga pengungkapan pengendalian internal dipandang sebagai informasi yang mencerminkan pengendalian internal perusahaan. Manajemen yang bertindak secara optimal dalam menjalankan perusahaan dikarenakan pengungkapan pengendalian internal yang memadai akibatnya bisa menyakinkan pemegang saham.

Komite audit memiliki peran penting di sebuah perusahaan, termasuk diantaranya untuk melakukan pengawasan agar kualitas audit menjadi lebih baik (Pangaribuan et al, 2018); menurunkan sifat oportunistik manajemen melalui tindakan *income smoothing* (Indrawan et al., 2018); melakukan pengawasan atas pengungkapan informasi kepada publik (Pangaribuan et al, 2019); melakukan pengawasan yang lebih

efektif dalam proses penyajian laporan keuangan (Rani, 2018); membantu dalam membuat corporate sustainability reporting menjadi lebih baik (Buallay&Al-Ajmi, 2020) serta peran dan fungsi lainnya. Sementara penelitian ini lebih banyak memfokuskan akan pengaruh karakteristik komite audit dalam upaya meningkatkan pengungkapan pengendalian intern perusahaan perbankan.

Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Pengendalian Internal

Keputusan kepalaBAPEPAM-LK nomor: kep-643/bl/2012 secara garis besar menyatakan bahwa anggota komite audit yang dibentuk oleh dewan komisaris dan dimaksudkan bertanggung jawab dalam membantu melaksanakan fungsi dan tugas dewan komisaris. Dalam melakukan tugasnya integritas yang tinggi, berkemampuan, berpengetahuan, berpengalaman dalam pekerjaannya serta mampu berkomunikasi dengan baik harus dimiliki oleh setiap anggota komite audit. Komite audit dalam memenuhi tugas dan tanggung jawabnya melakukan penelaahan atas informasi finansial yang akan diterbitkan badan/perusahaan kepada publik, termasuk laporan keuangan, proyeksi, dan laporan lain terkait dengan informasi finansial emiten.

(Dewan et al., 2017) menyatakan semakin besar ukuran komite audit maka semakin baik kualitas pelaporan keuangan. (Rakhmayani & Faisal, 2019) dan (Ho & Shun Wong, 2001) mengatakan bahwa adanya pengaruh signifikan komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal. Berbeda dengan penelitian yang di temukan (Zulfikar et al., 2015) dan (Khomsiyah., 2005) ukuran komite audit tidak mempengaruhi pengungkapan pengendalian internal. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ukuran komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal

Ukuran Komite Audit Independen terhadap Pengungkapan Pengendalian Internal

Independensi memiliki arti bahwa auditor tidak memiliki koneksi atau hubungan personal dengan pihak lain atau terikat dengan pihak lain. Jadi komite audit independen adalah anggota dari komite audit yang bertugas secara independen dan tidak memiliki keterikatan personal atau melakukan tugasnya secara objektif dengan perusahaan atau badan tempat mereka bekerja. Oleh sebab itu, komite audit independen memiliki tujuannya untuk menjaga integritas dan objektivitas sangat diperlukan melakukan penyusunan laporan keuangan dan rekomendasi yang dikomunikasikan kepada perusahaan, karena individu yang independen lebih cenderung memiliki sikap yang adil dan objektif dalam mengatasi permasalahan yang terjadi.

Menurut (Kamarudin et al., 2014) anggota komite audit independen yang ditunjuk oleh dewan direksi adalah orang-orang yang tidak memiliki hubungan pribadi atau keuangan dengan perusahaan dan manajemen seniornya. Dengan adanya komite audit independen di perusahaan bisa membantu pengendalian internal dalam keandalan pelaporan keuangan yang lebih baik dan komite audit independen melakukan tugasnya lebih efektif dari pada komite audit tanpa independen. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Ukuran komite audit independen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pengendalian internal

Keahlian Akuntansi atau Keuangan Komite Audit terhadap Pengungkapan Pengendalian Internal

Keputusan kepalaBAPEPAM-LK nomor: kep-643/bl/2012 secara singkat menentukan syarat diseleksinya anggota komite audit wajib memahami: Laporan keuangan; Bisnis perusahaan (khususnya yang terkait dengan layanan jasa atau usaha emiten); Proses audit; Manajemen risiko; dan Memiliki paling kurang satu anggota yang berlatar belakang pendidikan dan keahlian di bidang akuntansi dan atau di bidang keuangan.

(Mutmainnah & Wardhani, 2013) mengungkapkan untuk membuat kualitas laporan keuangan yang sangat baik maka komite audit memiliki keahlian yang baik di bidang laporan keuangan untuk menjalankan tugas-tugasnya.(Zulfikar et al., 2015)menemukan adanya pengaruh latar belakang pendidikan akuntansi dan keuangan terhadap pengungkapan pengendalian internal. Tapi hasil penelitian(Rakhmayani & Faisal, 2019) menemukan keahlian akuntansi atau keuangan komite audit tidak berpengaruh terhadap level pengungkapan pengendalian internal perusahaan. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Keahlian akuntansi atau keuangan anggota komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal

Umur perusahaan terhadap pengungkapan pengendalian internal

Umur perusahaan merupakan lamanya tahun diresmikan perusahaan dari tanggal pendiri perusahaan tersebut. (Udayana, 2017) mengatakan bahwa semakin bertambahnya usia suatu perusahaan maka pengendalian internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan akan bertambah pula, karena pengalaman yang dimiliki auditor internalnya akan bertambah juga sehingga memadai. Semakin lama perusahaan berdiri, tentunya banyak pula mengalami naik-turunnya mulai dari kemajuan hingga permasalahan dan kendala yang dihadapi. Semakin bertambah pengalaman yang didapat

oleh suatu perusahaan, maka akan membuat perusahaan tersebut semakin berkualitas. Tapi faktanya kasus perusahaan Enron yang memiliki umur perusahaan sudah tua namun mengalami kegagalan dalam pengendalian internal control. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal

Gender anggota komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal

Gender merupakan ciri ataupun pribadi yang terbentuk secara sosial maupun budaya yang terdapat pada diri pria maupun wanita. Gender menunjukkan karakteristik untuk membedakan antara pria dan wanita. Dalam pandangan sehari-hari, wanita sering digambarkan sebagai sosok yang emosional, mengasuh, mudah bergaul, komunikatif, disiplin, dan rapi. Sedangkan pria digambarkan sebagai sosok yang rasional, mandiri, agresif dan berorientasi pada prestasi. Saat mengambil keputusan, wanita dikenal lebih berhati-hati daripada pria. Wanita pada umumnya cenderung melakukan penilaian risiko yang lebih mendalam dan rinci terhadap pertimbangan sebelum mengambil keputusan. Peneliti (Taste & Risk, 1977) mengatakan laki laki lebih menyukai risiko. Menurut peneliti alasan pria lebih menyukai risiko karena pria cenderung berpikir satu arah, dan lebih senang menyelesaikan suatu masalah dengan satu titik fokus. (Santiani & Muliarta, 2018) mengatakan komite audit yang beranggota perempuan (heterogen) mampu mengambil keputusan dengan ide-ide yang lebih luwes untuk dikeluarkan sedangkan laki-laki (homogen) cenderung menghasilkan keputusan yang tidak tepat. Tapi kenyataannya pria lebih banyak menjadi pemimpin di perusahaan dalam pengambilan keputusan. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Keberadaan perempuan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal

METODE PENELITIAN

Pengungkapan pengendalian internal

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan pengendalian internal. Tabel 1 merangkum 7 item yang telah diteliti. Kemudian memeriksa setiap laporan tahunan dan menentukan tersedianya setiap item. Jika suatu perusahaan mengungkapkan informasi (disclosure) yang terdapat dalam ICD akan mendapatkan 1 poin, dan jika tidak mengungkapkannya (otherwise) akan mendapatkan 0 poin.

Tabel 1: ICD Components

No	Proposition	Content	Score
1	Internal Environment corporate culture.	Corporate governance structure, human resources policy, Otherwise = 0	Disclosure = 1; Otherwise = 0
2	Setting Goal	Statement on the purpose of corporate regulation	Disclosure = 1; Otherwise = 0
3	Identify the incident	Discussion of potential events from internal or external sources	Disclosure = 1; Otherwise = 0
4	Risk assessment Identified risks	Statement on how to Manage	Disclosure = 1; Otherwise = 0
5	Risk treatment align risk with the entity's risk tolerances and risk appetite	Statement of a course of action to	Disclosure = 1; Otherwise = 0
6	Control Activities	Internal control activities based on risk evaluation	Disclosure = 1; Otherwise = 0
7	Communication and monitoring	Statement on communication and monitoring procedures	Disclosure = 1; Otherwise = 0

Mengukur pengungkapan pengendalian internal :

$$MICD = \frac{\sum ICD}{\sum MICD}$$

Keterangan :

MICD : Internal control disclosure

ICD : Internal control disclosure (score for each item of internal control information that discloses in the annual report)

MICD : Maximum internal control disclosure (total maximum score for internal control items that disclose)

Populasi dan Sampel

Populasi yang dilakukan peneliti ialah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019 s/d 2020. Periode ini dipilih karena OJK mengeluarkan Surat Edaran OJK No.30/seojk.04/2016 tentang persyaratan pengungkapan pengendalian internal atas bentuk dan isi laporan tahunan emiten atau perusahaan tercatat. Pengambilan sampel dalam peneliti ini dengan menggunakan

metode purposive sampling. jumlah sampel yang dipilih adalah 41 perusahaan. Setelah dilakukan penelitian selama 2 tahun, jumlah populasi adalah 82 sampel. Data penelitian berasal dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan, serta informasi yang tersedia dan didapat dari website BEI. Teknologi analisa ini bertujuan mengidentifikasi indikator transparansi informasi pengungkapan pengendalian internal.

Metode analisis

Analisis statistik deskriptif digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan hasil dari analisa data yang berdasarkan pada nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata dan standar deviasi. Pengujian diterapkan dengan menggunakan regresi logistik. Keakuratan dari model regresi dapat ditentukan dari uji *goodness of fit* yang meliputi uji koefisien determinasi (r^2), uji (t), uji (f), multikolienaritas, normalitas, serta uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi dengan nilai signifikansi sebesar 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang teregistrasi di BEI pada tahun 2019 s/d 2020 dan bisa dilihat pada situs resmi <https://www.idx.co.id/> dengan jumlah 41 perusahaan perbankan di Indonesia. Diperoleh sampel terpilih berdasarkan banyaknya pengamatan.

Descriptive statistics

Tabel 2: Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran komite audit	82	3,00	8,00	3,9024	1,11787
Ukuran komite audit independent	82	,75	1,00	,9866	,05332
Keahlian akuntansi dan keuangan komite audit	82	,20	1,00	,7389	,24550
Umur perusahaan	82	4,00	125,00	46,2927	22,80810
Gender Wanita	82	,00	,67	,1368	,15768
Pengungkapan pengendalian internal	82	,43	1,00	,8537	,12083
Valid n (listwise)	82				

Ukuran komite audit berfungsi sebagai variabel independen. Variable ini menunjukkan nilai minimum 3,00 dan nilai maksimum 8,00 sehingga dapat

disimpulkan nilai sampel perusahaan 3,00 merupakan komite audit yang kecil dan nilai sampel perusahaan 8,00 dengan jumlah komite audit yang banyak, dan memiliki mean 3,90 serta standar deviasi 1,12. Maka nilai mean mendekati nilai minimal yang dimana perusahaan pada sampel memiliki komite audit independen yang lebih kecil.

Ukuran komite audit independen berfungsi sebagai variabel dependen. Variable ini menunjukkan nilai minimum 0,75 dan nilai maksimum 1,00 sehingga dapat disimpulkan nilai sampel perusahaan 0,75 merupakan komite audit independen yang kecil dan nilai sampel perusahaan 1,00 terhadap jumlah komite audit independen banyak, dan memiliki nilai mean sebesar 0,99 serta standar deviasi sebesar 0,05. Maka nilai mean yang mendekati nilai maksimum bahwasanya perusahaan pada sampel memiliki komite audit independen yang lebih banyak.

Keahlian keuangan audit komite berfungsi sebagai variabel independen. Variable ini menunjukkan nilai minimum 0,20 dan nilai maksimum 1,00 sehingga dapat disimpulkan nilai sampel perusahaan 0,20 merupakan komite audit independen yang kecil dan nilai sampel perusahaan 1,00 dengan jumlah keahlian keuangan audit komite yang besar, dan memiliki nilai mean 0,73 serta standar deviasi sebesar 0,05. Maka nilai mean yang cenderung mendekati nilai maksimum bahwasanya perusahaan pada sampel memiliki yang lebih banyak.

Umur perusahaan berfungsi sebagai variabel independen. Variable ini menunjukkan nilai minimum 4,00 dan nilai maksimum 125,00 sehingga dapat disimpulka nilai sampel perusahaan 4,00 merupakan umur perusahaan yang kecil dan nilai sampel perusahaan 125,00 dengan jumlah keahlian keuangan audit komite yang besar, dan memiliki nilai mean 46,29 serta standar deviasi sebesar 22,80. Maka nilai mean yang cenderung mendekati nilai minimal bahwasanya perusahaan pada sampel memiliki yang lebih kecil.

Gender wanita berfungsi sebagai variabel independen. Variable ini menunjukkan nilai minimum 0,00 dan nilai maksimum 0,67 sehingga dapat disimpulka nilai sampel gender wanita perusahaan 0,00 merupakan gender wanita yang kecil dan nilai sampel gender wanita perusahaan 0,67 dengan jumlah gender wanita yang besar, dan memiliki nilai mean 0,14 serta standar deviasi sebesar 0,16. Maka nilai mean yang cenderung mendekati nilai minimal bahwasanya gender wanita perusahaan pada sampel memiliki yang lebih kecil.

Pengungkapan pengendalian internal berperan sebagai variabel dependen, menunjukkan nilai minimum 0,43 seta nilai maksimum 1,00 sehingga dapat disimpulka nilai sampel perusahaan 0,43 merupakan pengungkapan pengendalian internal yang kecil dan nilai sampel perusahaan 1,00 dengan jumlah pengungkapan pengendalian internal yang besar, serta memiliki nilai mean sebesar 0,85 dan standar deviasi sebesar

0,12. Dengan melihat nilai mean yang cenderung mendekati nilai maksimum bahwasanya pengungkapan pengendalian internal perusahaan pada sampel memiliki yang lebih besar.

Uji Normalitas

Tabel 2: One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d residual
N		82
Normal parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,11228216
Most extreme differences	Absolute	,096
	Positive	,061
	Negative	-,096
Test statistic		,096
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060c

Belandaskan pada tabel diatas hasil uji normalitas (Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,060 > 0,05 sebagai standar signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas berdistribusi normal.

Tabel 3: Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Ukuran komite audit	0,907	1,103
Ukuran komite audit independent	0,934	1,070
Keahlain akuntan dan kuangan komite audit	0,998	1,002
Umur Perusahaan	0,902	1,108
Gender Wanita	0,970	1,030

Apabila VIF < 10 dan Tolerance value > 0,1 maka dapat disimpulkan data tidak terjadi Multikolinieritas. Dari tabel diatas dapat disimpulkan nilai VIF variabel audit committee 1,103 < 10 dan nilai Tolerance 0,907 > 0,1 maka tidak terjadi Multikolinieritas. Nilai VIF variabel independent audit committee adalah 1,070 < 10

dan nilai Tolerance $0,934 > 0,1$ maka tidak terjadi Multikolinieritas. Nilai VIF variabel expert financial audit committee adalah $1,002 < 10$ dan nilai Tolerance $0,998 > 0,1$ maka tidak terjadi Multikolinieritas. Nilai VIF variabel umur perusahaan adalah $1,108 < 10$ dan nilai Tolerance $0,902 > 0,1$ maka tidak terjadi Multikolinieritas. Nilai VIF variabel gender wanita adalah $1,030 < 10$ dan nilai Tolerance $0,970 > 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinieritas.

Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 4: Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,419	0,259		1,616	0,110
Ukuran komite audit	0,003	0,012	0,029	0,263	0,793
Ukuran komite audit independen	0,314	0,250	0,138	1,255	0,213
Keahlain akuntan dan keuangan komite audit	0,106	0,053	0,215	2,012	0,048
Umur Perusahaan	8,309E-5	0,001	0,16	0,140	0,889
Gender Wanita	0,224	0,083	0,293	2,704	0,008

Pengaruh ukuran komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal

Nilai t pada variabel komite audit 0,263 dengan signifikansi (sig) 0,793. Nilai sig $0,793 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan ukuran komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal tidak signifikan dan H_1 ditolak. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Rakhmayani & Faisal, 2019) dan (Ho & Shun Wong, 2001) menyatakan ukuran komite audit berpengaruh signifikan pada pengungkapan pengendalian internal.

Dalam penelitian ini ukuran komite audit diambil dari jumlah anggota komite audit pada perusahaan perbankan. Sehingga dapat disimpulkan ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pengendalian internal perusahaan perbankan tahun 2019-2020. Hasil penelitian ini sama seperti hasil penelitian (Khomsiyah., 2005), (Zulfikar Et Al., 2015) menemukan bahwa ukuran komite audit tidak berpengaruh pada pengungkapan pengendalian internal. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_1 : Ukuran komite audit tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan pengendalian internal

Ukuran komite audit independen terhadap pengungkapan pengendalian internal

Nilai t pada variabel komite audit independen 1,255 dengan nilai signifikansi (sig) 0,213. Nilai signifikan $0,213 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran komite audit independen terhadap pengungkapan pengendalian internal tidak berpengaruh signifikan dan H_2 ditolak.

Pada penelitian ini ukuran komite audit independen diambil pada jumlah anggota komite audit independen yang ada di perusahaan perbankan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran komite audit independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pengendalian internal perusahaan perbankan tahun 2019-2020. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_2 : Ukuran komite audit independen tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal

Keahlian akuntansi atau keuangan komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal

Nilai t pada variabel keahlian akuntansi atau keuangan komite audit 2,012 dengan signifikansi (sig) 0,048. Dengan nilai signifikan $0,48 < 0,05$, ini berarti keahlian akuntansi atau keuangan komite audit diterima atau dapat disimpulkan H_3 diterima. Semakin banyak ahli akuntansi atau keuangan komite audit, maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan pengendalian internal. Adapun pengaruh dari variabel keahlian akuntansi atau keuangan komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal sebesar 0,215 atau 21,5 persen, sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa variabel keahlian akuntansi atau keuangan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan pengendalian internal.

Pada hasil ini berbeda dengan hasil penelitian (Rakhmayani & Faisal, 2019) yang menemukan keahlian akuntansi atau keuangan komite audit tidak berpengaruh terhadap level pengungkapan pengendalian internal perusahaan. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian (Zulfikar Et Al., 2015) yang menemukan adanya pengaruh latar belakang pendidikan akuntansi dan keuangan terhadap pengungkapan pengendalian internal. Oleh karena itu, komite audit yang dilengkapi dengan ahli akuntansi atau keuangan dapat meningkatkan kualitas pengendalian internal. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_3 : Keahlian akuntansi atau keuangan komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal

Umur perusahaan terhadap pengungkapan pengendalian internal

Tujuan dari hipotesis ini dilakukan untuk meneliti pengaruh umur perusahaan ada pengungkapan pengendalian internal di perusahaan perbankan Indonesia. Nilai t pada variabel umur perusahaan 0,140 dan signifikansi (sig) 0,889, dengan nilai signifikansi $0,889 > 0,05$, ini berarti bahwa umur perusahaan dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak. Ternyata umur perusahaan masih muda atau tua tidak mempengaruhi atau membantu pengungkapan pengendalian internal dalam perusahaan seperti contoh kasus perusahaan Enron yang memiliki umur perusahaan sudah tua namun mengalami kegagalan dalam pengendalian internal control.

Pada penelitian ini umur perusahaan diambil mulai tahun berdirinya perusahaan tersebut yang ada di perusahaan perbankan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pengendalian internal perusahaan perbankan tahun 2019-2020. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_4 : Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal

Gender anggota komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal

Nilai t pada variabel gender anggota wanita komite audit 2,704 dan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,008. Sehingga nilai signifikansi $0,008 < 0,05$, ini berarti gender anggota wanita komite audit diterima atau dapat disimpulkan H_5 diterima. Dengan banyaknya anggota komite audit dengan gender perempuan, maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan pengendalian internal. Adapun pengaruh dari variabel gender anggota wanita komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal sebesar 0,293 atau 29,3 persen, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gender anggota wanita komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan pengendalian internal. Penelitian ini mendukung penelitian (Santiani & Muliarta, 2018) yang mengatakan komite audit yang beranggota perempuan (heterogen) memiliki kemampuan dalam pengambilan keputusan dengan ide-ide yang lebih luwes untuk dikeluarkan sedangkan pria (homogen) cenderung memberikan keputusan yang kurang tepat. Oleh karena itu, komite audit yang dilengkapi dengan gender wanita bisa meningkatkan kualitas pengendalian internal. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_5 : Keberadaan perempuan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal. Cakupan populasi pada penelitian ini adalah perusahaan perbankan Indonesia yang teregistrasi di BEI pada tahun 2019 s/d 2020. Penelitian ini memiliki lima variabel independen, yaitu ukuran komite audit, ukuran komite audit independen, keahlian akuntansi dan finansial komite audit, usia perusahaan, dan jenis kelamin komite audit. Variabel terikatnya adalah pengungkapan pengendalian internal, yang menunjukkan bahwa perusahaan perbankan Indonesia memiliki tingkat pengungkapan pengendalian internal yang relatif baik. Tingkat pengungkapan rata-rata perusahaan perbankan Indonesia adalah 85,37%, yaitu lebih dari setengah indeks pengungkapan penelitian ini. Hal ini mungkin disebabkan sejauh mana perusahaan mematuhi kewajiban untuk pengungkapan pengendalian internal. Berdasarkan dari hasil uji regresi berganda, Maka diperoleh simpulan bahwa:

Ukuran komite audit, ukuran komite audit independen, dan umur perusahaan tidak membuktikan adanya pengaruh yang signifikan atas pengungkapan pengendalian internal. Artinya ketiga proksi tersebut bukanlah proksi yang relevan menjelaskan pengaruh komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal.

Komite audit independen dan gender wanita terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pengendalian internal perusahaan perbankan di Indonesia. Artinya bahwa audit komite independen dan gender wanita merupakan representasi yang relevan untuk menjelaskan pengaruh komite audit terhadap pengungkapan pengendalian internal.

Saran

Peneliti memberi saran kepada peneliti selanjutnya yaitu: Menambah sampel penelitian di luar perusahaan bank memperluas periode pengamatan. Karena peneliti ini menggunakan periode hanya selama 2 tahun yaitu tahun 2019-2020. Dengan memperluas pengamatan sangat di perlukan karena hasil penelitian dapat diuji dengan konsistensi dan generalisasinya.

DAFTAR PUSTAKA

Agyei-Mensah, B. K. (2016). Internal control information disclosure and corporate governance: evidence from an emerging market. *Corporate Governance (Bingley)*, 16(1), 79–95. <https://doi.org/10.1108/CG-10-2015-0136>.

- Buallay, A., & Al-Ajmi, J. (2020). The role of audit committee attributes in corporate sustainability reporting: Evidence from banks in the gulf cooperation council. *Journal of Applied Accounting Research*, 21(2), 249-264.
- Chang, Y. T., Chen, H., Cheng, R. K., & Chi, W. (2019). The impact of internal audit attributes on the effectiveness of internal control over operations and compliance. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 15(1), 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2018.11.002>
- Dewan, R., Dan, K., & Ghozali, I. (2017). *PENGARUH UKURAN KOMITE AUDIT , AUDIT EKSTERNAL , JUMLAH RAPAT KOMITE AUDIT , JUMLAH INSTITUSIONAL TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Empiris perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. 6*, 1–13.
- Halomoan, P., & Dewayanto, T. (2018). Komite Audit Terhadap Pengungkapan Pengendalian. *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(2008), 1–12.
- Ho, S. S. M., & Shun Wong, K. (2001). A study of the relationship between corporate governance structures and the extent of voluntary disclosure. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 10(2), 139–156. [https://doi.org/10.1016/S1061-9518\(01\)00041-6](https://doi.org/10.1016/S1061-9518(01)00041-6)
- Indrawan, V., Agoes, S., Pangaribuan, H., & Popoola, O. M. J. (2018). The Impact of Audit Committee, Firm Size, Profitability, and Leverage on Income Smoothing. *Indian-Pacific Journal of Accounting and Finance*, 2(1), 61–74. <https://doi.org/10.52962/ipjaf.2018.2.1.42>
- Kamarudin, K. A., Ismail, W. A. W., & Alwi, M. (2014). The Effects of Audit Committee Attributes on Fraudulent Financial Reporting. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 10(5), 507–514.
- Khomsiyah. 2003. Hubungan coporate governance dan pengungkapan informasi: Pengujian simultan. Prosiding SNA VI.
- Mutmainnah, N., & Wardhani, R. (2013). Analisis Dampak Kualitas Komite Audit Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 10(2), 147–170. <https://doi.org/10.21002/jaki.2013.08>
- Pangaribuan, H., Donni, R. W. P., Popoola, O. M. J., & Sihombing, J. (2019). Exploraton Disclosures of Internal Control as the Impact of Earnings Quality

- and Audit Committee. *Indian-Pacific Journal of Accounting and Finance*, 3(1), 4–22. <https://doi.org/10.52962/ipjaf.2019.3.1.61>
- Pangaribuan, H., Sihombing, J., & Popoola, O. M. J. (2018). Examining the Independent Audit Committee, Managerial Ownership, Independent Board Member and Audit Quality in Listed Banks. *Indian-Pacific Journal of Accounting and Finance*, 2(2), 4-23.
- Rakhmayani, A., & Faisal. (2019). Pengaruh Karakteristik Komite Audit Terhadap Pengungkapan Pengendalian Internal. *Journal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(3), 237.
- Rani, A. (2018). Audit Committee Effectiveness: Relationship Between Audit Committee Characteristics and Audit Fees and Non-Audit Service Fees. *Journal of Commerce and Accounting Research*, 7(3), 35-44.
- Santiani, K. N., & Muliarta, K. (2018). Pengaruh Independensi, Keanggotaan, Kompetensi, dan Gender Komite Audit Terhadap Audit Delay. *E-Jurnal Akuntansi*, 2018(1), 436–460. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i01.p17>
- Taste, O. F., & Risk, F. O. R. (1977). *Of taste for risk*. XVII, 585–596.
- Udayana, E. A. U. (2017). Pengaruh Financial Distress, Umur Perusahaan, Audit Tenure, Kompetensi Dewan Komisaris Pada Kecepatan Publikasi Laporan Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 20(3), 1933–1960.
- Zulfikar, R., Rosiana, R., & Nariah, R. A. F. (2015). Corporate Governance dan Pengungkapan Pengendalian Intern. *Jurnal Akuntansi*, 1(2), 1–20.

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Nicolas Ernesto¹

Hisar Pangaribuan²

Universitas Advent Indonesia

ABSTRACT. *The aim of this study is to find out how profitability effect Corporate Social Responsibility (CSR) with the target study is 40 banks in Indonesia during 2018-2019. Profitability is as an independent variable and Corporate Social Responsibility as dependent variable in the current research. The study is purposive sampling technique. The data used in this study is secondary data taken from www.idx.co.id. This research uses multiple linear regression analysis model. This study obtains results that prove that Net Profit Margin and Earning Per Share have no significant effect on Corporate Social Responsibility Disclosure. The analysis of the coefficient of determination shows the results of the adjusted R square value in the coefficient of determination test of 1.2%, where the remaining 98.8% is influenced by other variables. This shows that the independent variables in this study are not sufficiently influential on CSR disclosure because there are still many other variables that have a major influence on CSR disclosure.*

Keywords: net profit margin earning per share, information, social responsibility

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam dunia bisnis di era globalisasi, setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga kepentingan masyarakat di sekitarnya, hal itu juga dikenal sebagai pertanggungjawaban sosial. Perusahaan dengan ukuran yang besar biasanya memiliki aktivitas yang semakin kompleks sehingga menimbulkan dampak kepada masyarakat dan pemegang saham, selain itu perusahaan akan mendapatkan perhatian yang lebih banyak dari publik dan tentunya akan menghadapi tekanan yang lebih besar untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya (Putra, 2011). *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh entitas bisnis dalam mengurangi resiko yang akan terjadi dan memaksimalkan usaha yang dilakukannya dalam mencapai tujuannya yaitu membangun ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berlangsung secara terus menerus (Rachman, Efendi, & Wicaksana, 2011). (Wahyudi, 2008:35) CSR memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, selain itu perusahaan juga wajib menjaga kualitas lingkungan sosial, fisik dan memberikan

dampak yang positif bagi kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk memaksimalkan labanya, oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan berbagai jenis aspek seperti aspek keuangan, sosial dan lingkungan. Perusahaan bertanggung jawab secara khusus kepada masalah yang berasal dari kegiatan operasional perusahaannya. Dengan adanya *Corporate Social Responsibility* perusahaan diharapkan akan memiliki kepercayaan publik yang meningkat terkait usaha yang dilakukan perusahaan untuk mensejahterakan lingkungan masyarakat disekitarnya. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik akan mendapatkan dampak yang baik oleh masyarakat dan investor sehingga diharapkan terjadi peningkatan pada nilai perusahaan dan kenaikan harga saham (Saraswati dan Hadiprajitno, 2013).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang menyatakan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Anggraini, 2006). Perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik akan mendapat tekanan yang lebih besar dari pihak luar untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. (Rindawati & Asyik, 2015; Purba & Yadnya, 2015; Setyono & Subadjo, 2014; Budiman, 2015) mengatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Peneliti berfokus untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pada penelitian ini rasio profitabilitas dinyatakan dengan NPM dan EPS yang mengungkapkan seberapa besarnya pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* dalam menghasilkan laba dari total aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memiliki hasil yang beragam, hal itu menyebabkan peneliti tertarik untuk membahas topik ini lebih dalam. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 menyatakan bahwa perbankan adalah suatu badan usaha yang memiliki tugas untuk menyimpan dana masyarakat berbentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat luas. Perbankan merupakan suatu badan usaha yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari sehingga perusahaan perbankan memiliki pengaruh yang aktif dalam pengungkapan CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas dapat memengaruhi Pengungkapan tanggung jawab sosial. Latar belakang pada penelitian ini memiliki gap yang terkait dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dimana konsep dasar dari pengungkapan CSR diharapkan memiliki hasil yang baik, tinggi dan memadai, tetapi penelitian ini menemukan fakta bahwa saat ini

pengungkapan CSR di beberapa negara atau di Indonesia ditemukan masih sangat rendah. Atas dasar gap tersebut studi ini memandang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang pengungkapan CSR.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teori dalam bentuk bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas secara simultan dan parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan, hasil penelitian ini juga diharapkan akan menambahkan pengetahuan, dan referensi bagi peneliti selanjutnya. Sedangkan kontribusi praktik dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan bagi perusahaan perbankan yang terdaftar di Indonesia mengenai pengungkapan tanggung jawab perusahaan agar menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi pemilik perusahaan, manajer, regulator dan investor.

Penelitian ini fokus pada satu variabel independen yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan yaitu profitabilitas. Berdasarkan pendahuluan dan beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan profitabilitas dan *corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan Indonesia.

KAJIAN KEPUSTAKAAN

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan terhadap inovasi dan berkontribusi pada pengembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* memiliki arti yaitu suatu tanggung jawab yang dimiliki perusahaan dalam memperhatikan dan memberikan bantuan kepada lingkungan yang berada di sekitar perusahaannya. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* CSR merupakan fungsi dari etika bisnis global yang berkelanjutan yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah dan masyarakat secara keseluruhan, serta peningkatan taraf hidup karyawan dan keluarganya secara keseluruhan. Menurut ISO 26000 tentang pedoman tanggung jawab social, CSR adalah tanggung jawab sosial atas dampak keputusan dan tindakan sosial dan lingkungan, sebagaimana ditetapkan dengan jelas dalam kerangka etika yang transparan dan konsisten dengan pengembangan kesejahteraan yang berkelanjutan, memperhitungkan harapan para pemangku kepentingan sesuai dengan hukum dan peraturan nasional yang ditetapkan dan integrasi dengan seluruh organisasi. Pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan dapat mempererat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, karena rencana tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya nyata perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak pada masyarakat dengan

meningkatkan kualitas kesejahteraannya di bidang sosial, ekonomi, dan sosial Pendidikan dan lingkungan, seperti akses transportasi dan kesempatan kerja.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan analisis yang digunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut (Jorenza, 2015) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba baik dari segi penjualan, total aset, dan saham. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan laba sehingga perusahaan dapat berbuat lebih banyak untuk menyenangkan pemilik dan karyawannya serta meningkatkan nilai produknya dan melakukan investasi. Oleh karena itu dalam praktiknya manajemen perusahaan harus dapat mencapai tujuan yang telah di tentukan yaitu mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan (Indrawan et al., 2018). Hubungan antara performa keuangan perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diukur dengan profitabilitas. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sosial yang dibutuhkan perusahaan sama dengan kekuatan yang dibutuhkan untuk membuat bisnis yang menguntungkan. Semakin tinggi tingkat keuntungan suatu perusahaan, maka tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas dan laba tersebut menjadi data sosial publik perusahaan (Sari, 2012).

Net Profit Margin (NPM)

Menurut Kasmir (2018:200), *Net Profit Margin* (NPM) adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan margin keuntungan atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dan penjualan bersih. Di sisi lain, menurut (Hanafi dan Halim, 2016: 81), *Net Profit Margin* adalah menghitung sejauh mana suatu perusahaan mampu menghasilkan laba bersih untuk sejumlah penjualan tertentu. Hubungan ini ditemukan secara langsung dalam analisis skala tipikal dari laporan laba rugi (baris terakhir). Rasio ini dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengurangi biaya (ukuran efisiensi) dari perusahaan dalam periode waktu tertentu.

Earnings Per Shares (EPS)

Earnings per share (EPS) atau laba per saham adalah jenis pemegang saham yang mendapatkan keuntungan dari setiap saham yang dimilikinya. Laba per saham mewakili pengembalian yang diperoleh pemegang saham untuk setiap saham yang mereka miliki (Sutapa, 2018). Laba ini dibagi dengan jumlah saham yang dikeluarkan disebut laba per saham. (Velankar, 2017) Laba per saham banyak digunakan untuk menunjukkan kepada pemegang saham bagaimana kinerja perusahaan. Selain itu, laba

per saham merupakan sebagai dasar untuk menilai perusahaan dan menentukan harga pasar saham yang mana dalam hal ini berguna untuk perbandingan kinerja yang berarti antara perusahaan yang berbeda. Jika laba per saham naik, maka akan mendorong investor untuk berinvestasi dan hal ini tersebut juga akan mempengaruhi peningkatan permintaan saham dan menyebabkan kenaikan harga saham.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility

Perusahaan sebagai penerima keuntungan yang besar dalam pemanfaatan sumber daya, tetapi masyarakat memiliki dampak negatif secara langsung dan tidak langsung. Untuk mengatasinya, perusahaan harus bertanggung jawab atas segala dampak buruk yang mungkin terjadi. Perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan yang diperolehnya untuk kesejahteraan masyarakat, memperbaiki kerusakan, dan memberi apa yang menjadi bagian pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan tanggung jawab sosial dan akan menjadi bagian dari kegiatan yang tidak biasa. Tanggung jawab sosial juga merupakan aktivitas yang timbul dari komitmen perusahaan kepada publik dan lingkungan.

Ketika laba perusahaan meningkat, perusahaan akan semakin antusias dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya (Rani, 2013). Perusahaan perlu memberikan informasi rinci tentang semua kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan kepada pemegang saham (Sihombing & Pangaribuan, 2017). Salah satu informasi yang dibutuhkan untuk itu adalah informasi tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Profitabilitas tinggi perusahaan didasarkan pada keberhasilan kinerja yang baik, ketika kinerja perusahaan membaik dalam menghasilkan laba, maka perusahaan akan mendapatkan banyak perhatian publik. Perusahaan akan memperluas pengungkapan CSR-nya sehingga pemegang saham dapat merangkul keberadaan perusahaan dan mengamankan keberadaannya serta keuntungan besar di masa depan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rani (2013), Fryza (2013), dan Silfyanie (2016), dan menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Pada teori dan temuan yang disajikan, asumsi yang dibuat dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Net Profit Margin berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility
- H₂: Earnings Per Share berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif, dengan pengumpulan data berbasis waktu dari laporan tahunan perusahaan. Data ini diproses, dianalisis, dan tersedia untuk umum. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan perbankan Indonesia periode 2018-2019. Subjek penelitian ini berasal dari total 40 perusahaan perbankan di Indonesia yang didapat dari bursa efek antara tahun 2018-2019. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan laporan tahunan perusahaan perbankan yang diunduh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menggunakan laporan keuangan perusahaan perbankan Indonesia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang periode 2018-2019 yang memberikan laporan keuangan secara komprehensif. Total ukuran sampel penelitian ini mencapai 80 (40 perusahaan perbankan di Indonesia). Terdapat dua variabel yang diamati yaitu profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan indikator tanggung jawab sosial dari 79 items yang berasal dari laporan tahunan perusahaan. *Net Profit Margin* membandingkan antara pendapatan bersih dengan laba bersih setelah pajak, sedangkan *Earning Per Share* (EPS) membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan saham beredar.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Pengungkapan Corporate Social Responsibility <i>Sumber : (GRI 3.0)</i>	$CSR = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan}}{79 \text{ items}}$	Rasio
NPM <i>Sumber : (Kasmir, 2018:200)</i>	$NPM = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Penjualan}}$	Rasio
EPS <i>Sumber : (Sutapa, 2018)</i>	$EPS = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$	Rasio

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data yang dijelaskan dalam tabel menunjukkan bahwa data survei terdiri dari 80 observasi untuk setiap variabel. Data tersebut juga menunjukkan bahwa variabilitas data survei sangat baik. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis data. Analisis ini dilakukan dengan memeriksa nilai maksimum, minimum, mean, dan standar deviasi (Imam Ghazali, 2014).

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
CSR(Y)	80	,028	,709	,37133	,132345
DAR(X1)	80	,052	,987	,80405	,138468
DER(X2)	80	,344	13,735	5,71631	2,837996
Valid (listwise)	N 80				

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat nilai minimum, maximum, mean, dan standard deviasi dari dua variabel yaitu profitabilitas dan pengungkapan Corporate Social Responsibility, bahwa jumlah data yang digunakan berjumlah 80 data dan diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan tahun 2018-2019. Statistik deskriptif menggambarkan bahwa CSR memiliki nilai minimum 0,279, nilai maksimum, 0,7089, nilai rata-rata 0,371292 dengan standar deviasi 0,1323872. CSR adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Hasil data dalam penelitian ini ditemukan perusahaan perbankan yang memiliki CSR mendekati satu artinya, perbankan melakukan tanggung jawabnya kepada sosial dan lingkungannya.

Variabel profitabilitas yang diukur menggunakan NPM memiliki nilai minimum -2,31, nilai maksimum 0,46, nilai rata-rata 0,565 dengan standar deviasi 0,31176. Selanjutnya variabel profitabilitas yang di ukur menggunakan EPS memiliki nilai minimum, -255,99, nilai maksimum 0,46, nilai rata-rata 119,5531 dengan standar deviasi 237,14080.

Uji Kelayakan Data

Uji asumsi klasik terlebih dahulu dilakukan untuk mengetahui apakah data panel dalam penelitian ini layak digunakan. Dengan demikian, uji asumsi klasik penelitian ini meliputi uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Hasil dari uji multikolinearitas membuktikan bahwa nilai variance inflation factor (VIF) profitabilitas sebesar 1,181 atau <10 dan Tolerance 0,847 $> 0,100$ menunjukkan data yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan nilai signifikansi NPM 0,376 dan EPS 0,420 atau $> 0,05$ maka data tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian autokorelasi juga menunjukkan uji durbin watson nilai d sebesar 1,039. Data berjumlah

80 dan variabel independen sebanyak 2. Diperoleh nilai dU sebesar 1,6882, karena nilai d 1,039 lebih kecil dari nilai dU 1,6882 dan 4-dU 2,3118 secara sederhana dituliskan $1,039 < 1,6882 < 2,3118$ sehingga menunjukkan bahwa data terdapat autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 3. Correlations

		CSR (Y)	NPM (X1)	EPS (X2)
Pearson Correlation	CSR (Y)	1,000	-,071	,057
	NPM (X1)	-,071	1,000	,391
	EPS (X2)	,057	,391	1,000

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi untuk penelitian ini mencapai -0,071 untuk NPM terhadap CSR. Artinya hubungan antara NPM dengan pengungkapan CSR sangat rendah dan tergolong negatif. Tanda negatif pada tabel diatas menunjukkan bahwa peningkatan NPM tidak sejalan dengan pengungkapan CSR perusahaan di sektor perbankan Indonesia pada periode 2018-2019. Sedangkan EPS dengan pengungkapan CSR mencapai 0,057 menunjukkan bahwa peningkatan laba per saham sejalan dengan pengungkapan CSR.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,116 ^a	,013	,012		,1331926	1,039

Sumber: Data diolah (2021)

a. Predictors: (Constant), EPS (X2), NPM (X1)

b. Dependent Variable: CSR (Y)

Uji Signifikan t

Tabel 5. Coefficients^a

Model	Unstd		Std		t	Sig.	Collinearity Statistics
	Coeff		Coeff				
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	,367	,017			21,992	,000	
NPM (X1)	-,047	,052	-,110		-,891	,376	,847
EPS (X2)	5,562E-5	,000	,100		,810	,420	,847

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji signifikan t diperoleh hasil: Variabel profitabilitas yang menggunakan NPM memiliki koefisien sebesar $0,376 > 0,05$ artinya NPM tidak terdapat pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel profitabilitas yang menggunakan EPS memiliki koefisien sebesar $0,420 > 0,05$ artinya EPS tidak terdapat pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Uji signifikan F

Tabel 6. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,019	2	,009	,523	,595 ^b
	Residual	1,366	77	,018		
	Total	1,385	79			

Sumber: Data diolah (2021)

a. Dependent Variable: CSR (Y)

b. Predictors: (Constant), EPS (X2), NPM (X1)

Uji Anova digunakan untuk menguji pengaruh variabel profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Tabel menunjukkan bahwa F-number hitung adalah 0,523 tingkat signifikansi 0,05, dan nilai signifikansi 0,595 dan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, maka hasil analisis regresi linier berganda variabel penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,367 - 0,047X_1 + 0,000055X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan beberapa hal, antar lain:

- a. Jika semua koefisien variabel independen adalah nol, nilai CSR adalah: 0,367
Nilai konstanta menunjukkan nilai positif sebesar 0,367 hal ini mengungkapkan bahwa nilai Corporate social responsibility (CSR) adalah 0,308 ketika tidak ada pengaruh variabel NPM EPS.
- b. Nilai dari Net Profit Margin (NPM) sebesar -0,047, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan satu unit pada NPM mengurangi pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan menjadi 0,047
- c. Nilai dari Earning per Share (EPS) sebesar 0,000055, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan satu unit pada EPS meningkatkan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar 0,000055

PEMBAHASAN

Pengaruh Net Profit Margin terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Menurut hasil survei, NPM tidak akan berdampak signifikan terhadap pengungkapan CSR di perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI dari tahun 2018-2019, karena nilai t hitung lebih kecil dari tabel. Oleh karena itu, laba perusahaan yang tinggi tidak serta merta mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil (Yulianti, 2017) yang menunjukkan bahwa NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil survei ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan tidak mengungkapkan CSR sebanyak mungkin hanya karena laba bersih perusahaan tinggi (Nadhifah dan Agustina, 2019).

Pengaruh Earning per Share terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Earnings per share (EPS) menunjukkan tidak berdampak signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Gray et al (2001) dan Samy et al (2010). Semakin tinggi laba per saham perusahaan, semakin luas pengungkapan CSR-nya. Pengembalian yang tinggi dari saham menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memaksimalkan kepentingan pemegang sahamnya, dan menurut teori pemangku kepentingan, ini adalah bentuk upaya perusahaan untuk melayani kepentingan pemegang saham. Pemegang saham juga mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan NPM dan EPS tidak mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dari tahun 2018-2019. Data sekunder penelitian ini tidak dapat secara gamblang membuktikan pengaruh rasio profitabilitas dalam mempengaruhi pengungkapan CSR, untuk itu penelitian selanjutnya harus dapat mengeksplorasi topik studi lebih luas dan mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR, atau dengan menggunakan data primer atau metode lain dalam pembuktiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardimas, W., & Wardoyo. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18, 57-66.
- Aruan, D. A., Veronica, Liandy, C., & Fanny. (2021). Pengaruh Kepemilikan Publik, NPM, Pertumbuhan Perusahaan, dan Solvabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi*. doi:<https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.455>
- Cheng, M., & Christiawan, Y. J. (2011, Mei). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13, 24-36.
- Dutriananda, I. D., & Pangaribuan, H. (2020). Pengungkapan Informasi Modal Intelektual, Nilai Perusahaan dan Harga Saham. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 179-191. doi:<https://doi.org/10.21107/infestasi.v16i2.8971>
- Gunawan, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 425-436.
- Hendrayani, E., Hurnis, D., Fitria, Putri, A., & Sari, R. N. (2021). Analisis Peran Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi*. doi:<https://doi.org/10.47896/je.v24i1.334>
- Indiyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 6 No. 1. doi:<https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss1.2020.46>

- Indrawan, V., Agoes, S., Pangaribuan, H., & Popoola, O. M. J. (2018). The Impact of Audit Committee, Firm Size, Profitability, and Leverage on Income Smoothing. *Indian-Pacific Journal of Accounting and Finance*, 2(1), 61–74. <https://doi.org/10.52962/ipjaf.2018.2.1.42>
- Juliani, I., Laela, S. N., & Masitoh, E. (2018). Earning Per Share, Price Earning Ratio, Price Book Value, Net Profit Margin, Total Asset Turnover, dan Harga Saham. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*. doi:10.29407/jae.v6i2.14069
- Minanari. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Manajemen Laba dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Universitas Mercu Buana*.
- MS, I., Sampeallo, Y. G., & Rahmawati, F. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksis*.
- Putri, E., & Baridwan, Z. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2). Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1061>
- Rachman, H. A., & Nopiyanti, A. (2015, Juli-Desember). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi UPN Veteran*, 18.
- Ramdhaningsih, A., & Utama, I. K. (2013). Pengaruh Indikator Good Corporate Governance dan Profitabilitas Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Sihombing J., & Pangaribuan H. (2017). Corporate Governance Structure Disclosure and Information Asymmetry in Indonesian Banking Industry. *Jurnal Akuntansi*, vol. XXI, no. 2, pp. 156-169
- Utama, A. S. (2018, Mei). Implementasi Corporate Social Responsibility PT Riau Andalan Pulp and Paper Terhadap Masyarakat Di Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Selat*, 5. Retrieved from <http://ojs.umrah.ac.id/index.php/selat>
- Vivian, Wijaya, Y., Charlic, F., Winnie, Devi, & Rahmi, N. U. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Corporate Social Responsibility Pada

Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA*.

Vonna, S. M., & Rahmazaniati, L. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Sri-Kehati Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi dan Bisnis*, 2(1). doi:<https://doi.org/10.35308/akbis.v2i1.543>

Wilangga, I. D., Saebani, A., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Wulandari, S., & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 5(2). doi:<https://doi.org/10.17509/jrak.v5i2.8515>

Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(2). doi:<https://doi.org/10.17509/jrak.v5i2.8515>

ANALISA LAPORAN KEUANGAN UNTUK MENETAPKAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Yaneke Pingkan Boyoh¹

Romulo Sinabutar²

***Abstract:** The method in this research is to use the literature study method. Data collection techniques are by reading, recording, verifying data related to research. The data used come from textbooks, journals, scientific articles, literature reviews related to the topic under study. The data processing technique is by verifying the material obtained and reviewing it in accordance with answering the identification of the problem.*

***Keywords:** Financial Reports, Financial Performance, Financial Statement Analysis*

PENDAHULUAN

Kinerja keuangan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Kinerja keuangan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi sampai dimana tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan (Rudianto 2013:189). Di dalam suatu perusahaan pemimpin ataupun manajemen perusahaan memiliki bagian yang sangat penting dalam laporan keuangan yang sudah di analisa dan menjadikan laporan keuangan tersebut sebagai pengukuran untuk mengambil keputusan di masa depan.

Penilaian kinerja adalah kualifikasi dan efisiensi serta efektivitas perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Penilaian kinerja adalah penentuan efektivitas operasional, organisasi, dan karyawan berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya secara periodik Srimindari (2006:34). Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Analisis kinerja keuangan merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap review data, menghitung, mengukur, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu.

Laporan keuangan yakni laporan yang menyatakan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini maupun dalam suatu periode yang akan datang (Kasmir 2013:7) Beberapa waktu lalu setelah menuai polemik, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) akhirnya mengumumkan hasil pemeriksaan laporan keuangan tahun 2018 PT Garuda

Indonesia (Persero) Tbk (GIAA). Dalam pemeriksaan tersebut, Garuda Indonesia dinyatakan melakukan kesalahan terkait kasus penyajian Laporan Keuangan Tahunan per 31 Desember 2018. Karena ditemukan kejadi ini OJK memberi tenggat waktu selama 14 hari atau dua minggu kepada Garuda Indonesia untuk memperbaiki dan menyajikan kembali Laporan Keuangan Tahunan per 31 Desember 2018. Kementerian Keuangan telah menyatakan bahwa laporan keuangan Garuda Indonesia belum sesuai standar akuntan. Hal ini usai dilakukannya pemeriksaan terhadap Kantor Akuntan Publik (KAP) dan karena adanya hal-hal seperti inilah yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan suatu perusahaan. (Azzura 2019).

Analisa laporan keuangan dapat juga di ukur menggunakan rasio keuangan sehingga memudahkan manajer keuangan dan yang berkaitan lebih mudah mengulaskan laporan keuangan tersebut ataupun mengupas dan juga mengetahui apakah keuangan perusahaan tersebut dalam keadaan baik atau tidak. Sebelum menganalisa suatu laporan keuangan, penulis harus benar-benar memahami laporan keuangan tersebut. Penulis juga harus memiliki kebijakan yang cukup untuk mengambil suatu kesimpulan, dan juga harus memperhatikan perubahan-perubahan kondisi suatu perusahaan juga latar belakang data keuangan tersebut.

Tujuan laporan keuangan menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, seta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan yang disusun untuk tujuan ini memenuhi kebutuhan bersama sebagian besar pemakai. Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen (stewardship) atau pertanggungggjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya (Ikatan Akuntan Indonesia 2002).

Maka berdasarkan latar belakang inilah penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang laporan keuangan untuk menetapkan kinerja keuangan perusahaan. Dan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisa Laporan Keuangan Untuk Menetapkan Kinerja Keuangan Perusahaan”.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis akan membahas bagaimana laporan keuangan, kinerja keuangan dan analisa laporan keuangan untuk menetapkan kinerja keuangan suatu perusahaan.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk memahami konsep laporan keuangan, kinerja keuangan dan bagaimana menetapkan kinerja keuangan

melalui analisa laporan keuangan dari suatu perusahaan. Maksud dan tujuan penelitian ini untuk meningkatkan pengetahuan bagi peneliti sehubungan dengan laporan keuangan dan analisisnya serta bagaimana penetapan kinerja keuangan dari suatu perusahaan.

KAJAIAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara misalnya, sebagai laporan arus kas, atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Disamping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya, informasi keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga. PSAK No.1 (2015:2). Laporan keuangan sangat penting bagi perusahaan ataupun organisasi dalam memberikan informasi dan untuk mengambil keputusan yang tepat agar bisa diketahui apakah laporan keuangan perusahaan atau organisasi tersebut dalam keadaan baik atau buruk sehingga dapat dievaluasi.

Laporan keuangan pada umumnya terdiri atas neraca serta perhitungan laba rugi dan juga perubahan ekuitas dari suatu entitas di dalam neraca terdiri dari data sejumlah aset kewajiban perusahaan dan juga ekuitas dari sebuah perusahaan dalam satu periode tertentu, Sementara di dalam bagian laba rugi berisi berbagai hasil dan juga beban perusahaan yang berhasil diraih (Munawir 2010:5)

Laporan keuangan juga dapat membantu kredibilitas perusahaan agar memberikan peningkatan dengan adanya laporan keuangan yang baik, jika laporan keuangan sudah dikelola dengan baik maka perusahaan sudah bisa dibidang berhasil dalam melakukan pengelolaan keuangan.

Format laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah merupakan laporan yang menunjukkan kondisi finansial suatu entitas pada suatu periode tertentu (Mekari). Pada umumnya bentuk atau format Laporan Keuangan dari suatu perusahaan terdiri dari 5 (lima) jenis yaitu Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Modal, Neraca, Laporan Arus Kas dan CALK (Catatan Atas Laporan Keuangan).

Laporan Laba Rugi. Jenis laporan laba rugi atau income statement atau profit and loss statement adalah merupakan laporan yang berfungsi untuk menilai kinerja keuangan. Dari informasi yang ada pada laporan ini akan diketahui apakah perusahaan

mengalami keuntungan atau kerugian pada satu periode akuntansi, juga memberikan informasi tentang pajak perusahaan, dan bahan evaluasi manajemen dalam pengambilan keputusan. Biasanya laporan laba rugi ini berisi informasi seputar pendapatan, beban operasional, harga pokok produksi, beban pajak, laba atau rugi perusahaan.

Mekari melanjutkan bahwa bentuk laporan laba rugi suatu perusahaan terdiri dari dua bentuk, yaitu: single step dan multiple step. Single Step adalah laporan laba rugi lebih sederhana dimana semua pendapatan dan keuntungan yang didapat ditempatkan di bagian awal laporan laba rugi. Kemudian dikurangi dengan seluruh beban atau biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Selisih antara total pendapatan dan total beban inilah yang menunjukkan laba-rugi perusahaan pada periode tersebut. Sedangkan pada Laporan Laba Rugi Multiple Step, formatnya lebih kompleks. Yang pertama harus memisahkan transaksi operasional dan non-operasional. Kedua, harus membandingkan biaya dan beban dengan pendapatan yang berkaitan. Kemudian menghitung laba operasionalnya yang menunjukkan perbedaan antara aktivitas biasa dan aktivitas insidental atau ekstra ordinari.

Laporan Perubahan Modal. Laporan perubahan modal adalah laporan yang menggambarkan perubahan baik berupa peningkatan atau penurunan aktiva bersih selama satu periode. Pada saat awal pendirian perusahaan, sebagai pemilik perusahaan pasti menyetorkan modalnya. Selama beroperasi tentu saja modal awal akan berubah sesuai dengan kinerjanya.

Laporan Neraca. Neraca atau balance sheet merupakan salah satu jenis laporan keuangan yang menunjukkan posisi dan informasi keuangan sebuah perusahaan dalam suatu periode waktu tertentu. Dalam laporan neraca dapat melihat informasi tentang aset, kewajiban dan modal perusahaan secara lengkap dan rinci.

Laporan Arus Kas. Laporan arus kas atau cash flow statement memberikan informasi tentang aliran kas perusahaan yang masuk dan keluar. Disamping itu laporan arus kas juga berfungsi sebagai indikator untuk memprediksi arus kas di periode yang akan datang. Dalam laporan arus kas, perusahaan mengklasifikasi aktivitas menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu: aktivitas operasional, aktivitas investasi, dan aktivitas pembiayaan.

Catatan Atas Laporan Keuangan. Catatan ini merupakan bagian dari salah satu jenis laporan keuangan perusahaan. Tujuannya ialah untuk memberikan penjelasan yang rinci atas hal-hal penting dalam laporan keuangan tersebut.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Dapat dijelaskan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2012:2).

Kinerja keuangan juga berfungsi untuk mengukur suatu pencapaian yang sudah dicapai oleh suatu perusahaan atau organisasi dalam periode tertentu yang mencerminkan tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatannya. Dapat digunakan juga untuk menentukan strategi perusahaan untuk tujuan di masa yang akan datang. Sebagai dasar untuk menentukan kebijakan investasi dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literature. Studi literatur yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan pencarian terhadap berbagai sumber tertulis, baik berupa buku-buku, arsip, majalah, artikel, dan jurnal, atau dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan yang dikaji. Sehingga informasi yang didapat dari studi kepustakaan ini dijadikan rujukan untuk memperkuat argumentasi-argumentasi yang ada (Fatin 2017). Metode studi literature adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian (Zed, Mestika 2003). Dengan mengumpulkan data sekunder dan informasi yang berkaitan pembahasan masalah yang diteliti untuk mendapatkan hasil analisa penelitian. Data yang digunakan berasal dari textbook, journal, artikel ilmiah, literature review berkaitan dengan topik yang diteliti. Penelitian ini juga menggunakan rasio keuangan sebagai dasar analisa untuk penetapan kinerja keuangan suatu perusahaan. Data yang diperoleh dikompulsi, dianalisis, dan disimpulkan sehingga mendapatkan kesimpulan sehubungan dengan penetapan kinerja keuangan suatu perusahaan.

Teknik Analisa Data

Memulai dengan materi hasil penelitian yang secara sekuensi diperhatikan dari yang paling relevan, relevan, dan cukup relevan. Cara lain dapat juga, misalnya dengan melihat tahun penelitian diawali dari yang paling mutakhir, dan berangsur – angsur mundur ke tahun yang lebih lama.

Membaca abstrak dari setiap penelitian lebih dahulu untuk memberikan penilaian apakah permasalahan yang dibahas sesuai dengan yang hendak dipecahkan dalam penelitian.

Mencatat bagian-bagian penting dan relevan dengan permasalahan penelitian, termasuk juga mencatat sumber – sumber informasi dan mencantumkan daftar pustaka. Membuat catatan, kutipan, atau informasi yang disusun secara sistematis sehingga penelitian dengan mudah dapat mencari kembali jika sewaktu - waktu diperlukan. (Darmadi, 2011).

HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian

Hasil yang didapat dari penelitian dapat diuraikan, sebagai berikut:

- a. Bahwa Laporan Keuangan suatu perusahaan terdiri dari 5 bentuk laporan, yaitu: Laporan laba dan rugi, Laporan perubahan modal, Laporan Neraca, laporan arus kas, dan Catatan atas laporan keuangan.
- b. Dalam penetapan kinerja keuangan membutuhkan analisa laporan keuangan yaitu apakah melalui analisa komparatif, analisa common-size, analisa rasio, analisa arus kas, dan model valuasi.
- c. Selain dari pada itu ada analisa berdasarkan model Altman yang mengarah kepada prediksi kesulitan keuangan (financial distress prediction models) dan memperkirakan kebangkrutan perusahaan tersebut sampai dua tahun sebelum kepailitan terjadi.

PEMBAHASAN

Dalam konteks ini, penulis akan mengetengahkan tentang laporan keuangan, analisa laporan keuangan, kinerja keuangan dan analisa laporan keuangan untuk menetapkan kinerja keuangan.

Laporan Keuangan

Dalam menentukan kinerja suatu perusahaan, terdapat beragam aspek yang menjadi tolok ukur kesuksesan bisnisnya. Salah satu cara yang paling umum dilakukan oleh para investor dalam melihat kinerja sebuah perusahaan adalah dengan membaca laporan keuangannya. Saretta (2020) menuliskan bahwa laporan keuangan adalah informasi finansial perusahaan pada kurun waktu tertentu. Keberadaan laporan ini berfungsi untuk menunjukkan informasi mengenai kondisi keuangan, serta kinerja

finansial perusahaan. Laporan ini juga dapat memberitahukan kepada pembacanya perihal perubahan pada kondisi keuangan perusahaan jika ada.

Laporan keuangan terdiri dari Laporan Laba dan Rugi, Laporan Perubahan Modal, Laporan Neraca, Laporan Arus Kas, dan Catatan Atas Laporan Keuangan. Laporan laba rugi berisikan informasi apakah perusahaan dalam periode tersebut berhasil mengantongi keuntungan bisnis atau tidak. Fungsinya adalah untuk menginformasikan pemasukan serta pengeluaran perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dengan membaca laporan ini, stakeholder atau pihak terkait dapat menilai kinerja bisnis yang sedang berjalan (Mekari).

Laporan neraca adalah untuk mengetahui posisi dan kondisi keuangan perusahaan pada periode waktu tertentu. Dalam laporan neraca mempunyai 3 elemen keuangan penting, yaitu asset, ekuitas dan liabilitas dimana pada posisi ekuitas tercatat modal awal, modal yang ditempatkan, serta agio dan disagio saham. Sedangkan laporan perubahan modal bertujuan untuk mengetahui perubahan modal yang terjadi dalam perusahaan. Sementara laporan arus kas bertujuan sebagai alat untuk mengetahui keputusan keuangan yang dilakukan suatu perusahaan.

Analisa Laporan Keuangan

Tingkat kesehatan perusahaan merupakan alat ukur yang digunakan oleh para pemakai laporan keuangan dalam mengukur kinerja suatu perusahaan. Performansi suatu perusahaan dapat dilihat melalui laporan keuangan, dari laporan keuangan tersebut dapat diketahui keadaan finansial dari hasil-hasil yang telah dicapai perusahaan selama periode tertentu. Menurut Harington (2003:1), menyebutkan bahwa:” The primary resources of information these analysts use to evaluate a firm performance are its financial statement, the historical record of it’s past performance.”

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui prestasi dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat menggunakannya sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Interpretasi atau analisis laporan keuangan suatu perusahaan adalah sangat penting bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan yang bersangkutan meskipun kepentingan mereka masing-masing berbeda.

Selanjutnya dikatakan pula oleh Harington (2003:1), bahwa:” The financial performance of corporation is a vital intens to many groups and individual.”

Hubungan antara kesehatan perusahaan dengan analisis laporan keuangan adalah seperti dikemukakan oleh Martin (2002:421), yaitu” Financial analysis involves the assesment of a firm past, present, anticipated future financial condition the objective is to identity any weakness in the firm’s financial health that could lead to future problems and to determine any strength the firm’s might capitalize upon.”

Dari pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan dan selanjutnya dari kinerja tersebut dapat ditentukan tingkat kesehatan perusahaan, yaitu dengan cara melakukan analisis atau interpretasi terhadap laporan keuangan.

Kinerja perusahaan merupakan informasi yang dibutuhkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, untuk membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan. Dari hasil analisis terhadap kinerja perusahaan maka dapat membantu manajemen dalam mengambil keputusan untuk mengatasi kondisi keuangan di masa yang akan datang.

Salah satu faktor yang sangat penting sehubungan dengan diadakannya analisis dan interpretasi terhadap laporan keuangan yaitu dengan melakukan analisis terhadap laporan keuangan yang berperan dalam berbagai hal seperti: a. Menentukan laba periode yang akan datang; b. Mengambil keputusan untuk investasi; c. Dapat meningkatkan efisiensi; dan d. Dapat menentukan kebijakanantisipasi hutang.

Menurut Yustisia (2017) menuliskan bahwa alat untuk analisa keuangan teridri dari:

1. Analisis Laporan Keuangan Komparatif (horizontal = tren): menelaah neraca, laporan laba rugi atau laporan arus kas yang berurutan dari satu periode ke periode berikutnya meliputi analisis perubahan tahun ke tahun, dan analisis tren angka indeks.
2. Analisis Laporan Keuangan Common-size (vertikal) meliputi analisis neraca, total aktiva dinyatakan sebagai 100 persen; dan analisis laporan laba rugi, penjualan dinyatakan sebagai 100 persen.
3. Analisis Rasio, terdiri dari:
 - a. Analisis Kredit (risiko) yaitu, (likuiditas: mengevaluasi kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek); dan Struktur modal dan solvabilitas: menilai kemampuan memenuhi kewajiban jangka panjang);
 - b. Analisis Profitabilitas, yaitu: tingkat pengembalian atas investasi (menilai kompensasi keuangan kepada penyedia pendanaan ekuitas dan utang); kinerja operasi (mengevaluasi marjin laba dari aktivitas operasi); pemanfaatan aktiva (menilai efektivitas perputaran aktiva); dan penilaian (mengestimasi nilai saham perusahaan). Analisis rasio diinterpretasikan dalam perbandingan dengan: rasio tahun sebelumnya, standar yang ditentukan sebelumnya, dan rasio pesaing.
4. Analisis Arus Kas: mengevaluasi sumber dan penggunaan dana
5. Model Valuasi: valuasi utang dan valuasi ekuitas

Selain dari pada analisa laporan keuangan tersebut diatas, ada juga model tentang prediksi kesulitan keuangan (financial distress prediction models) yaitu Altman Z-score. Model tersebut sama dengan model peringkat utang, model memprediksi apakah perusahaan akan menghadapi beberapa kondisi kesulitan, umumnya didefinisikan sebagai kepailitan.

Model Z-Score adalah untuk mencari nilai Z, yaitu nilai yang akan menunjukkan kondisi keuangan sebuah perusahaan, apakah ada dalam keadaan sehat atau tidak dan menunjukkan kinerja perusahaan yang sekaligus merefleksikan prospek perusahaan dimasa yang mendatang. Z-Score merupakan skor yang ditentukan dari hitungan standar dikalikan rasio-rasio keuangan yang bertujuan menunjukkan tingkat kemungkinan kebangkrutan perusahaan. Model Altman memungkinkan untuk memperkirakan kebangkrutan sampai dua tahun sebelum kepailitan terjadi (Altman 1968).

Altman Z-score dinyatakan dalam bentuk persamaan linear yang terdiri dari 4 hingga 5 koefisien "T" yang mewakili rasio-rasio keuangan tertentu, yakni:

$$Z = 1,2 T1 + 1,4 T2 + 3,3 T3 + 0,6 T4 + 0,99 T5$$

Di mana:

T1= modal kerja neto / total aset

T2= saldo laba / total aset

T3= EBIT / total aset

T4= nilai pasar terhadap ekuitas / nilai buku terhadap total liabilitas

T5= penjualan / total aset

Kinerja Keuangan

Laporan kinerja keuangan merupakan bagian dari dokumen perusahaan yang penting. Pembuatan laporan kinerja keuangan suatu perusahaan menyatakan bagaimana kondisi perusahaan tersebut dalam hal pengumpulan dana dan penyaluran dana. Jadi, semua proses masuk dan keluar dana diukur dengan teliti. Ini membantu perusahaan mengukur indikator kinerja keuangan perusahaan dalam periode terakhir. laporan kinerja keuangan sangat bermanfaat untuk sebuah perusahaan. Informasi kinerja keuangan dapat dimanfaatkan dalam beberapa hal, yaitu:

- a. Digunakan sebagai dasar penentuan strategi perusahaan untuk masa mendatang;
- b. Mengukur prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat keberhasilan dari pelaksanaan kegiatannya;

- c. Menilai kontribusi suatu bagian dalam pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan;
- d. Dasar penentuan kebijaksanaan penanaman modal agar bisa meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan;
- e. Melihat kinerja perusahaan secara keseluruhan; dan
- f. Memberi petunjuk dalam pembuatan keputusan dan kegiatan perusahaan pada umumnya dan divisi perusahaan pada khususnya.

Kinerja keuangan dapat dinilai berdasarkan analisis kinerja keuangan seperti analisis perbandingan laporan keuangan, rasio keuangan, tendensi posisi, persentase per komponen, sumber dan penggunaan modal kerja, breakeven, sumber dan penggunaan kas, dan analisis perubahan laba kotor (Mekari).

Analisa Laporan Keuangan untuk Menetapkan Kinerja Keuangan

Laporan keuangan berhubungan erat dengan penilaian kinerja keuangan yaitu untuk melihat efisiensi, keefektifitasan, dan ekonomisasi dari perusahaan tersebut. Berikut ini penulis menguraikan beberapa analisa laporan keuangan dalam menetapkan kinerja keuangan, antara lain:

Penetapan standarisasi dari metode Altman ini dapat dilihat sebagai berikut:

Bila $Z > 2.99$ = zona “aman”

Bila $1.81 < Z < 2.99$ = zona “abu-abu”

Bila $Z < 1.81$ = zona “distress”

Standar Pengukuran Kinerja Keuangan

Rasio Lancar atau Current Ratio arti rasio ini adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo dengan aktiva lancar yang tersedia. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan utang lancar, semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya. Apabila rasio lancar 1:1 atau 100% berarti bahwa aktiva lancar dapat menutupi semua utang lancar. Jadi dikatakan sehat jika rasionya berada di atas 1 atau diatas 100%. Artinya aktiva lancar harus jauh di atas jumlah utang lancar (Harahap, 2002)

Rasio Cepat, semakin besar rasio ini semakin baik. Angka rasio ini tidak harus 100% atau 1:1. Walaupun rasionya tidak mencapai 100% tapi mendekati 100% juga sudah dikatakan sehat (Harahap, 2002)

Rasio Kas pengertian rasio keuangan ini menunjukkan porsi jumlah kas + setara kas dibandingkan dengan total aktiva lancar. Semakin besar rasionya semakin baik. Sama seperti Quick Ratio, tidak harus mencapai 100% (Harahap, 2002:302).

Rasio Aktivitas. Perputaran piutang, mengukur efektivitas pengelolaan piutang. Semakin tinggi tingkat perputarannya semakin efektif pengelolaan piutangnya (Sutrisno, 2001). Perputaran persediaan, semakin tinggi tingkat perputarannya semakin efektif pengelolaan persediaannya (Sutrisno, 2001). Perputaran aktiva tetap, semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif proporsi aktiva tetap tersebut.

Rasio Solvabilitas. Rasio solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajibannya baik jangka panjang maupun jangka pendek jika perusahaan dilikuidasi. Perusahaan yang tidak mempunyai aktiva yang cukup untuk membayar utang maka perusahaan disebut dengan perusahaan yang unsolvable. Rasio ini menunjukkan sejauh mana utang dapat ditutupi oleh aktiva. Semakin kecil rasionya semakin aman (solvable). Porsi utang terhadap aktiva harus lebih kecil (Harahap, 2002).

Rasio Profitabilitas. Adalah rasio untuk mengetahui kelangsungan hidup perusahaan (going concern). Rasio Profitabilitas meliputi Gross profit margin (semakin besar hasil perhitungan menandakan semakin baik kondisi keuangan perusahaan); Operating profit margin (rasio ini diinterpretasikan sebagai ukuran efisiensi bagaimana perusahaan menekan biaya-biaya pada suatu periode); dan Net profit margin (semakin tinggi rasio artinya semakin baik, karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba).

Return On Asset (ROA). Return On Assets merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini mengukur tingkat keuntungan (EBIT) dari aktiva yang digunakan. Semakin besar rasionya semakin baik (Sutrisno, 2001)

Return On Investment (ROI) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan. Laba yang digunakan untuk mengukur rasio ini adalah laba bersih setelah pajak atau EAT (Sutrisno, 2001).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan kesimpulan, sebagai berikut:

- a. Bahwa Laporan Keuangan suatu perusahaan sangat penting karena melalui laporan tersebut semua pihak yang berkepentingan dapat mengetahui

perkembangan kinerja keuangan apakah dia pihak internal maupun pihak eksternal.

- b. Kinerja Keuangan menunjukkan hasil operasional suatu perusahaan yang menunjukkan sejauh mana pencapaian kinerja tersebut yang diukur dengan rasio-rasio.
- c. Analisa Laporan Keuangan sangat erat kaitannya dengan penetapan kinerja keuangan. Hal ini bisa dilihat berdasarkan rasio keuangan maupun dengan analisa keuangan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Altman (1968). [Online]. Available: <https://123dok.com/document/dzxe6dqr-analisis-potensi-financial-distress-metode-lembaga-keuangan-terdaftar.html>
- Azzura, Siti. N. (2019). Fakta-Fakta Kesalahan Laporan Keuangan Garuda Indonesia Hingga Dikenakan Sanksi. [Online]. Available: <https://www.merdeka.com/uang/fakta-fakta-kesalahan-laporan-keuangan-garuda-indonesia-hingga-dikenakan-sanksi.html>
- Fahmi. (2012). Kinerja Keuangan Adalah. [Online]. Available: <https://www.dosenpendidikan.co.id/kinerja-keuangan/>
- Fatin. N. (2017). Pengertian Studi Literatur. [Online]. http://seputar_pengertian.blogspot.com/2017/09/pengertian-studi-literatur.html
- Harahap (2002) https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-fungsi-analisis-dan-jenis-rasio-keuangan/#1_Rasio_Likuiditas_atau_Liquidity_Ratio
- Harington (2003:1). Kinerja Perusahaan Dan Analisis Laporan Keuangan. <http://pengertianmenurutahli.blogspot.com/2013/10/kinerja-perusahaan-dan-analisis-laporan.html>
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2002). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. (2013). Laporan Keuangan. [Online]. Available: <https://www.gurupendidikan.co.id/laporan-keuangan/>
- Martin (2002:421) Kinerja Perusahaan Dan Analisis Laporan Keuangan. <http://pengertianmenurutahli.blogspot.com/2013/10/kinerja-perusahaan-dan-analisis-laporan.html>

- Mekari, Jurnal Entrepreneur, <https://www.jurnal.id/id/blog/format-laporan-keuangan/>
- Mekari, Jurnal Entrepreneur, Laporan Keuangan Tepat untuk Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-laporan-keuangan-tepat-untuk-penilaian-kinerja-keuangan-perusahaan/>
- Munawir. (2010). Analisa Laporan Keuangan. [Online]. [http://fadhilanalisis.blogspot.com/2011/10/analisis-laporan-keuangan.html#:~:text=Menurut%20Munawir%20\(2010%3A5\),rugi%20serta%20laporan%20perubahan%20ekuitas.&text=Sedangkan%20menurut%20Harahap%20\(2009%3A105,tertentu%20atau%20jangka%20waktu%20tertentu.](http://fadhilanalisis.blogspot.com/2011/10/analisis-laporan-keuangan.html#:~:text=Menurut%20Munawir%20(2010%3A5),rugi%20serta%20laporan%20perubahan%20ekuitas.&text=Sedangkan%20menurut%20Harahap%20(2009%3A105,tertentu%20atau%20jangka%20waktu%20tertentu.)
- PSAK 1. (2015:2). Inilah Pengertian Laporan Keuangan Sesuai PSAK, Fungsi dan Contoh Praktisnya. [Online]. Available: <https://www.harmony.co.id/blog/inilah-pengertian-laporan-keuangan-sesuai-psak-fungsi-dan-contoh-praktisnya>
- Rudianto. (2013). Akuntansi Manajemen. Jakarta; Erlangga.
- Panduan Penyusunan Studi Literatur [Online]. Available: <https://stikesmajapahit.ac.id/lppm/wp-content/uploads/2019/04/panduan-penyusunan-studi-literatur.pdf>
- Saretta (2020) <https://www.cermati.com/artikel/inilah-5-jenis-laporan-keuangan-perusahaan-yang-investor-wajib-tahu>
- Srimindati. (2006:34). Pengertian Kinerja Keuangan. [Online]. Available: <https://guruakuntansi.co.id/kinerja-keuangan/>
- Susilawati (2019), Analisa Prediksi Kebangkrutan Dengan Model Altman Z-Score Pada Perusahaan Semen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2018, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Vol 2 NO 1 Juli 2019
- <http://nasibnatal.blogspot.com/2013/10/hubungan-kinerja-perusahaan-dengan.html>
- Sutrisno (2001) https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-fungsi-analisis-dan-jenis-rasio-keuangan/#1_Rasio_Likuiditas_atau_Liquidity_Ratio
- Tokopedia (2021), Laporan Keuangan [Online]. Available: <https://kamus.tokopedia.com/l/laporan-keuangan/>

Yustisia (2017), Alat Analisis Keuangan <https://dosen.perbanas.id/alat-analisis-keuangan/>

Zed, Mestika 2003. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

PENGARUH PROMO SHOPEEFOOD TERHADAP MINAT BELI PENGUNA SHOPEE (Di Daerah Tangerang Selatan)

Izella Vania¹ dan Remista Simbolon²
Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia

Abstract. *This research aims to describe and analyze the effect of ShopeeFood promos on the buying interest of Shopee application users in South Tangerang area. This study uses a questionnaire via google form as a research instrument. The data was processed using SPSS v25 software using coefficient of correlation test, namely the t test, the coefficient of determination, and simple linear regression. The correlation coefficient test r count of 0.734 which means that the buying interest has a strong relationship with ShopeeFood promos. The t test results showed that ShopeeFood promo has a significant effect on consumer buying interest as evidenced by the value of t count $10.800 > t$ table 1,98373 and the ShopeeFood promo variable showed by determination test of 53.8% which means it has a positive effect on the level of consumer buying desire while the rest influenced by other factors outside this research. The simple linear regression showed $Y = -5,940 + 1.016X$ as the formula, which means that if the promo has no buying interest, the consumer is in a condition of -5,940 and if the promo increases by 1 unit, the buying interest increases by 1,016 units. It can be seen that the promo is very influential on consumer buying interest.*

Keywords: *sales promotion, buying interest*

PENDAHALUAN

Dalam periode ini, dunia penjualan dan pembelian secara *online* dengan menggunakan perangkat elektronik yang dikenal sebagai *E-commerce* sudah sangat maju dan selalu berkembang karena masyarakat lebih menyukai hal-hal yang praktis demi memudahkan mereka dalam berbelanja mulai dari barang kebutuhan, barang keinginan hingga bahan pangan untuk dikonsumsi. Hal praktis itulah mampu mengubah perilaku masyarakat, termasuk dalam minat beli konsumen. Minat beli konsumen menjadi hal penting untuk diperhatikan perusahaan guna melihat tujuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Sudah semestinya menjadi tugas bagi perusahaan untuk meningkatkan inovasi yang menarik minat beli konsumen. Banyak Perusahaan bersaing dengan menunjukkan ide-ide yang kreatif untuk meningkatkan minat beli dengan menggunakan berbagai macam cara seperti memunculkan fitur canggih, diskon (potongan harga), *cashback*, gratis ongkos pengiriman, harga istimewa pada tanggal tertentu dan lainnya. Hal tersebut dilakukan

dengan tujuan agar calon pembeli tidak mudah bosan dan jatuh hati pada perusahaan tersebut.

Dalam melakukan pemasaran jasa, perusahaan diharapkan berusaha semaksimal mungkin dalam menyusun strategi pemasaran sehingga tingkat minat beli calon konsumen meningkat. Seperti yang dikatakan oleh Rosdiana (2019) minat beli merupakan rasa ketertarikan konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa) yang dipengaruhi oleh sikap di luar konsumen dan di dalam konsumen itu sendiri. Promosi penjualan yang jitu dapat membuat konsumen melakukan kegiatan yang nyata yaitu membeli yang kemudian diikuti dengan pengambilan sikap selanjutnya. Pengertian promosi penjualan adalah sebuah kegiatan atau materi yang bertindak sebagai ajakan, memberikan nilai tambah untuk membeli produk, kepada para distributor, penjual, atau konsumen. (John J. Burnett, 2005).

Peneliti lebih fokus kepada diskon atau promo layanan terbaru pada situs elektronik komersial (Shopee) yaitu *ShopeeFood* terhadap minat beli penggunaanya di daerah Tangerang Selatan. Layanan *ShopeeFood* adalah fitur terbaru yang ditawarkan oleh *E-commerce* ternama yaitu Shopee yang melayani pemesanan makanan atau minuman secara *online*. Hal tersebut didukung karena pandemi *Covid-19* yang menyebabkan masyarakat tidak bisa keluar rumah demi menjaga kesehatan, restoran yang hanya melayani *takeaway* atau *delivery*, dan juga beberapa orang yang malas keluar rumah tetapi ingin mengonsumsi makanan enak.

PT Shopee Internasional Indonesia siap bersaing dengan perusahaan yang mempunyai fitur serupa seperti *goofood* dan *grabfood* di aplikasi lain lalu mulai menjalankan operasionalnya pada bulan April 2020. Pada saat itu, *ShopeeFood* hanya melayani pembelian makanan beku, minuman ringan, aneka kue, serta makanan olahan saja. Namun, pada awal tahun 2021 ini, *ShopeeFood* mulai melayani pemesanan makanan-minuman yang bekerjasama dengan berbagai macam industri *food and beverage* dan menarik banyak mitra *driver* untuk mengantarkannya kepada konsumen. Strategi pemasaran berupa promo ini dilakukan untuk mengenalkan dan memperluas jangkauan fitur terbarunya kepada publik terutama di luar Jabodetabek. Shopee mengadakan promo atau potongan harga yang cukup besar berupa voucher yang kemudian disebarluaskan melalui iklan di internet, media sosial, dan sebagainya. Potongan pembelian atau diskon merupakan pengurangan nilai harga atau hadiah distributor karena partisipasinya dalam program periklanan. Perubahan harga akan mempengaruhi reaksi konsumen yang bervariasi sesuai persepsi mereka tentang biaya prosuk dalam hubungannya dengan pengeluaran total mereka. Konsumen akan lebih sensitif terhadap harga yang membebani pikiran mereka (harga yang mahal) dan lebih menyukai harga murah di atas ekspektasi mereka.

Berdasarkan hal yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap promo voucher fitur terbaru dari *E-Commerce* terkenal terhadap pengguna aplikasi Shopee di Tangerang Selatan dengan judul “PENGARUH PROMO *SHOPEEFOOD* TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA SHOPEE (Di Daerah Tangerang Selatan)”

Rumusan Masalah

Dengan adanya promo *ShopeeFood*, belum dapat dipastikan apakah promo tersebut meningkatkan keinginan pengguna untuk membeli. Maka, peneliti sudah memutuskan bahwa rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana hubungan promo *ShopeeFood* dan minat beli pengguna Shopee di daerah Tangerang Selatan?
- b. Bagaimana pengaruh promo *ShopeeFood* terhadap minat beli pengguna Shopee di daerah Tangerang Selatan?

Tujuan dan Rancangan Penelitian

Tujuan yang peneliti ingin capai dalam penelitian ini yaitu

- a. Untuk mengetahui hubungan promo *ShopeeFood* dan minat beli pengguna Shopee di daerah Tangerang Selatan.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promo yang dikeluarkan fitur *ShopeeFood* terhadap minat beli pengguna aplikasi Shopee di daerah Tangerang Selatan.

KAJIAN TEORI

Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap agar tercapai tujuan pemasarannya (Kotler dan Armstrong, 2008). Itu sebabnya penting menciptakan nilai dan membangun hubungan agar kuat pada pelanggan. Dalam buku manajemen strategi pemasaran karya Dr. Nana H (2015), peran strategi pemasaran adalah untuk memecahkan atas setiap masalah penentuan suatu perusahaan sehingga sangat diperlukan di dunia bisnis, dengan syarat strategi tersebut dilakukan dengan segala cara yang halal atau jujur. Secara garis besar, konsep dalam pemasaran mempunyai 3 (tiga) jenis inti yaitu kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan kemampuan membeli produk keinginannya (*demand*).

Pada penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran bukan hanya untuk kepentingan jangka pendek tetapi jangka panjang juga karena kebutuhan dan keinginan konsumen terus berkembang sehingga harus selalu ditingkatkan. Itu

sebabnya strategi pemasaran dalam perusahaan harus menentukan dan melayani segmen pasar yang unggul, menetapkan tempat pasar yang diinginkan dan dimasuki serta memposisikan penjualan pada pasar utama (*positioning*), perencanaan produk, sistem distribusi, penetapan harga serta promosi secara tepat dengan melakukan orientasi.

Promosi penjualan

Bagi peneliti, promosi penjualan (*sales promotion*) ialah taktik yang diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan. Jadi, promosi merupakan komunikasi informasi produk kepada masyarakat dengan mengiklannya secara menarik. Tujuan dari promosi menurut Rangkuti (2010) adalah mencari laba dengan cara memodifikasi tingkah laku konsumen, memberitahu informasi tentang promosi perusahaan, bersifat membujuk, dan bersifat memberi tahu secara langsung atau tidak langsung. poinnya, promosi penjualan adalah suara dari perusahaan untuk mewujudkan hubungan dengan masyarakat agar menumbuhkan rasa ketertarikan dalam membeli. Promosi penjualan bisa berupa kupon, voucher, diskon dan sebagainya.

Dalam buku manajemen pemasaran Dr. Thamrin (2018), ada beberapa faktor yang harus dipikirkan lagi oleh perusahaan yaitu menetapkan dan menyeleksi promosi penjualan berdasarkan tujuan, besarnya insentif, jangka waktu promosi, jumlah anggaran penjualan keseluruhan yang ada, kompetisi serta kondisi pasar (*market condition*). Dapat disimpulkan bahwa mempertimbangkan faktor tersebut, perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap sifat pasar, dana yang tersedia, sifat produk, dan media promosinya terlebih dahulu agar bisa membaca pasar secara tepat.

Minat beli konsumen

Minat beli konsumen (Helmi, 2015) adalah kecondongan responden untuk bertindak sebelum memutuskan membeli suatu barang. Jadi, Perusahaan harus memahami keinginan konsumennya secara tepat untuk menimbulkan tingkat keinginan konsumen. Agar memahami calon pembelinya, diperlukan survei agar perusahaan dapat meraih keunggulan dalam persaingan dunia bisnis. Minat beli konsumen pasti terselubung di tiap masing-masing individu yang seseorang pun tidak tahu keinginannya dan harapannya sehingga kemungkinan konsumen akan membeli dengan mencari informasi produk dari berbagai sumber.

Agar mengerti keinginan beli konsumen, perlu dipahami konsep (1) teori ekonomi mikro (perhitungan ekonomis rasional) dimana batas kemampuan finansial konsumen bisa dimaksimalkan, (2) mempunyai pengetahuan alternatif sumber agar keinginannya terpenuhi dan (3) tindakan rasional (Anang, 2018). Kepuasan pelanggan

berpengaruh dalam minat beli yang diikuti keputusan pembelian suatu penjualan, dibutuhkan guna mendapat respon positif dan perusahaan bisa meningkatkan, mengembangkan, serta meluaskan penjualan dengan lancar.

HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis berarti tanggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk kalimat (Sugiyono, 2018). Jawaban rumusan masalah didasarkan teori dan didukung oleh penelitian yang sudah pernah dilakukan secara relevan. Terkait latar belakang dan rumusan masalah yang terpapar, maka hipotesis sementara pada riset sebagai berikut:

Ho₁: $r = 0$, Tidak ada pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen

Ha₁: $r > 0$, Ada pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen

Penelitian Terdahulu

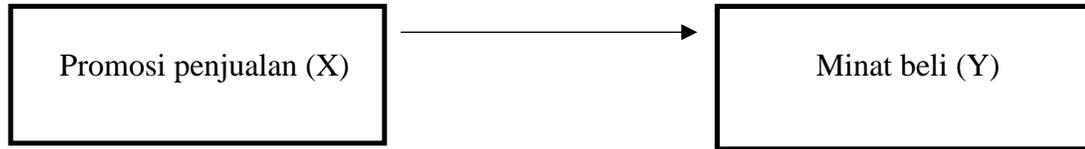
Penelitian sebelumnya oleh Elisabeth T, Tinneke M.T dan Henny S.T dengan judul Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabika di Kabupaten Jayawijaya. Hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif yang sangat kuat antara variabel promosi atas peningkatan penjualan terhadap Koperasi Serba Usaha Baliem Arabika dan berkolerasi positif sangat kuat terhadap kinerja karyawan Koperasi Serba Usaha Baliem Arabika.

Penelitian lain oleh Mukramah dengan judul Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen (*Kentucky Fried Chicken* Cabang Sipin Kota Jambi) yang bertujuan untuk melihat pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Metode dalam penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif. Sampel dan penelitian yang didapatkan sejumlah 100 responden pembeli *KFC* cabang Sipin Kota Jambi dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner dan observasi. Menurut penelitiannya, variabel harga dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Konsep Kerangka Pemikiran

Dengan uraian penelitian terdahulu dan latar belakang diatas peneliti menetapkan konsep kerangka berpikir berhubungan dengan penelitian ini, yaitu variabel (X) Promo *ShopeeFood* dan variabel (Y) adalah minat beli pengguna aplikasi *Shopee* yang dapat diperlihatkan pada gambar dibawah:

Gambar 1: Konsep Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif melalui teknik pengambilan data berupa kuesioner yang disebarakan secara online untuk mengukur variabel promo ShopeeFood (X) dan minat beli konsumen (Y). Kemudian, data diolah dengan instrumen penelitian dan beberapa pengujian untuk mendapatkan hasil pengaruh hubungan antara variabel X dan Y. Sugiyono (2015) memaparkan bahwa metode penelitian kualitatif dimana metode yang beralaskan filsafat postpositivisme, dipakai untuk meneliti perihal kondisi objek alamiah, dimana peneliti sebagai analisis data yang induktif, instrumen kunci, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan arti daripada generalisasi. Peneliti mengolah data yang didapat dari kuesioner yang dibagikan secara *online* dengan *google form* kepada pengguna *ShopeeFood* di daerah Tangerang Selatan pada bulan Juli 2021.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti memakai teknik pengumpulan data berupa data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari sumber. Peneliti mengumpulkan data melalui survei berupa kuesioner yang dibagikan pada calon responden secara *online* di *google form*. Peneliti juga mengumpulkan data yang berhubungan dengan minat beli dan promosi penjualan. Pertanyaan-pertanyaan kuesioner menggunakan skala likert berupa: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju.

Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis kualitatif sebagai teknik analisis data dalam penelitian ini dengan pengujian koefisien korelasi untuk mengukur rendah atau kuatnya hubungan antara 2 (dua) variabel seperti tabel di bawah ini.

Tabel 1. Interpretasi angka korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.19	Sangat rendah

0.20 – 0.39	Rendah
0.40 – 0.59	Sedang
0.60 – 0.79	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat kuat

Sumber: Olahan peneliti

Kemudian peneliti memakai pengujian t dimana uji ini digunakan untuk memahami seberapa jauh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat (Ghozali, 2009). Peneliti juga menggunakan uji koefisien determinasi untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel X terhadap Y dan pendekatan analisis regresi linear sederhana menggunakan SPSS v25 dimana suatu metode yang dipakai untuk mendapatkan hubungan antar 1 variabel independen dan ada hubungan garis lurus dengan variabel dependennya memakai rumus:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y= Variabel tidak bebas

X = Variabel bebas

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Promo yang dikeluarkan *ShopeeFood* merupakan sebuah voucher potongan harga dan gratis ongkos kirim. Ada 3 (tiga) pilihan yaitu voucher diskon 60% sampai dengan Rp.25.000, voucher diskon 50% sampai dengan Rp.18.000-Rp.20.000, dan voucher gratis ongkos pengiriman sampai dengan Rp.12.000. Promo Voucher 60% dan 50% dapat digunakan maksimal 2 (dua) kali dengan minimum pembelian sebesar Rp.40.000, sedangkan gratis ongkos kirim sebanyak 10 (sepuluh) kali dalam sehari oleh pengguna sesuai dengan restoran yang tersedia. Pengguna hanya perlu meng-klaim voucher setiap hari pada bagian Gratis Ongkir & Voucher di aplikasi. Voucher hanya berlaku dengan pembayaran yang Shopee sediakan yaitu pengisian saldo pada *Shopeepay* sehingga pembayaran lain termasuk *cash* tidak berlaku pada voucher.

Peneliti mendapatkan 102 (seratus dua) responden yang memenuhi syarat dari penelitian ini yaitu (1) mempunyai aplikasi Shopee (2) minimal pemakaian *ShopeeFood* paling sedikit 2 (dua) kali. Responden berjenis kelamin perempuan terdapat 82 orang atau 80,4% dan pria sebanyak 20 orang atau 19,6% dengan usia berdominan 20-24 tahun sebanyak 66,7% sedangkan usia 15-19 tahun sebesar 24,5%

dan sisanya berumur di atas 25 tahun. Sebesar 49% responden menggunakan aplikasi Shopee sudah lebih dari 2 tahun, 25,5% penggunaan Shopee selama 1-2 tahun dan 15,4% penggunaan aplikasi di bawah 1 tahun.

Statistik Deskriptif

Terkait dengan variabel Promo *ShopeeFood*, didapatkan nilai minimum yaitu 28 dan nilai maksimumnya 50 dengan rata-rata sebesar 42.85. Terkait variabel minat beli didapatkan nilai minimum yaitu 10 dan nilai maksimum 50 dengan rata-rata sebesar 37.62. Maka, rata-rata jawaban responden pengguna *ShopeeFood* bisa dikatakan baik terhadap promo dan minat belinya di daerah Tangerang Selatan.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Promo	102	28	50	42.85	5.779
Minat Beli	102	10	50	37.62	8.005
Valid N (listwise)	102				

Sumber: Data Olahan Penulis

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dipakai untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2005). Dapat dikatakan valid bila r hitung $>$ r tabel. r tabel mempunyai nilai 0.1937, bisa dilihat pada tabel 3 semua variabel sah. Sedangkan uji reliabilitas adalah karakteristik skor, bukan tentang tes atau bentuk tes (Brennan, 2001) dibuktikan pada tabel 4 nilai *R square* sebesar .538 atau 53,8% dan reliabel.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Question	Sig. Value Count	Sig. Value Table	Inf
Promosi (X)	X1	.000	<0.05	Valid
	X2	.000	<0.05	Valid
	X3	.000	<0.05	Valid
	X4	.000	<0.05	Valid
	X5	.000	<0.05	Valid
	X6	.000	<0.05	Valid
	X7	.000	<0.05	Valid

	X8	.000	<0.05	Valid
	X9	.000	<0.05	Valid
	X10	.000	<0.05	Valid
Minat Beli (Y)	Y1	.000	<0.05	Valid
	Y2	.000	<0.05	Valid
	Y3	.000	<0.05	Valid
	Y4	.000	<0.05	Valid
	Y5	.000	<0.05	Valid
	Y6	.000	<0.05	Valid
	Y7	.000	<0.05	Valid
	Y8	.000	<0.05	Valid
	Y9	.000	<0.05	Valid
	Y10	.000	<0.05	Valid

Sumber: olah data 2021

Untuk mengetahui reliabilitas dari penelitian ini, penulis melakukan pengujian yang hasilnya seperti tabel dibawah ini.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Value Alpha Count.	Cronbach's Value Alpha Table.	Inf
1	Promosi (X)	.843	>0.6	Reliabel
2	Minat Beli (Y)	.910	>0.6	Reliabel

Sumber: Olah data 2021

Adapun hubungan promo *ShopeeFood* dan minat beli pengguna Shopee di daerah Tangerang Selatan dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi dan uji signifikansi seperti dibawah ini.

Uji Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dipakai untuk menangkap seberapa kuat hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Diketahui r hitung sebesar 0.734 yang artinya adalah minat beli memiliki hubungan yang kuat terhadap promo *ShopeeFood*

karena r bernilai positif (r mendekati +1). Jadi kaitan promo dengan minat beli *ShopeeFood* sudah kuat dengan hubungannya yang positif.

Tabel 5. Koefisien Korelasi

		Promo	Minat Beli
Promo	Pearson Correlation	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	102	102
Minat Beli	Person Correlation	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	102	102

Correlation is significant at the 0.01 level (2. tailed)

Sumber: Olah data 2021

Uji t

Dari tabel 6 diketahui bahwa signifikan $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ dan jika dibandingkan dengan t hitung $10.800 > t \text{ tabel } 1,98373$. Yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara promo *ShopeeFood* terhadap minat beli pengguna Shopee di Tangerang Selatan. Promo dapat menjadi faktor yang signifikan dalam merangsang minat beli konsumen. Dengan H_a yang diartikan hipotesis diterima.

Tabel 6. Uji t dan uji Linier Sederhana

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-5.940	4.069		-1.460	-147
	Promo	1.016	.094	.734	10.800	.000

Dependent Variabel: Minat Beli

Sumber: Olah data 2021

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7 membuktikan nilai $R \text{ square}$ adalah sebesar 0,538, yang mengandung arti bahwa kontribusi promo *ShopeeFood* terhadap minat beli sebesar 53,8% dan sisanya 46,2% akibat efek lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.538	.534	5.466

Predictors: (Constant), Promosi

Sumber: Olah data 2021

Pengaruh Promo Terhadap Minat Beli Konsumen

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promo yang dilakukan oleh *ShopeeFood* terhadap minat beli dapat dilihat dengan melakukan uji regresi linear sederhana menggunakan rumus.

Berdasarkan tabel 6 di atas diketahui $Y = -5.940 + 1.016X$ yang artinya jika promo tidak ada minat beli konsumen berada pada kondisi -5.940 dan jika promo naik 1 satuan maka minat beli naik sebesar 1.016 satuan. Dapat diketahui promo sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hasil yang didapat pada riset ini mendukung penelitian terdahulu oleh Mukramah yang berhubungan dengan pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen makanan cepat saji yang mengatakan variabel harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Minat beli memiliki hubungan yang tinggi terhadap promo *ShopeeFood* karena r bernilai positif (r mendekati +1). Jadi, kaitan promo dengan minat beli *ShopeeFood* sudah kuat dengan hubungannya yang positif. Dapat diketahui promo sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Penulis dapat menyimpulkan dari penelitian yang sudah dilaksanakan bahwa terdapat pengaruh atau efek yang signifikan antara variabel promo *ShopeeFood* (X) terhadap variabel minat beli pengguna Shopee (Y). Promo voucher yang dikeluarkan oleh *ShopeeFood* menjadi pemicu keinginan beli konsumen bahkan tanpa direncanakan dan konsumen menjadi cukup sering jajan. Promo voucher dengan potongan harga cukup banyak dan kerjasama antar berbagai restoran cukup memuaskan pengguna Shopee di daerah Tangerang Selatan sehingga membuat keinginan membeli mereka bertambah.

Saran

Peneliti ingin memberi saran agar *ShopeeFood* bekerjasama dengan lebih banyak lagi tempat makan di daerah Tangerang Selatan dan tetap mempertahankan gratis ongkos kirim serta potongan harga yang lebih besar atau promo menarik lainnya. Dengan hal ini, konsumen merasa puas karena keinginannya sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi ekspektasi sehingga penggunaan *ShopeeFood* meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. T. (2018). MANAJEMEN PEMASARAN. 2018: Rajawali Pers.
- Abdurrahman, N. H. (2015). MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN edisi 1. Bandung, Indonesia: PUSTAKA SETIA. Amstrong dan Kotler. (2008). Pengertian Perencanaan Strategi. In Manajemen Strategi Pemasaran (p. 13). Jakarta: Pustaka Setia.
- Burnett, J. J. (2005). Prinsip-prinsip pokok Periklanan: Promosi Penjualan. Jakarta: Kencana.
- Brennan. (2001). Pengertian Validitas dan Reliabilitas. karya tulisku: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&qesrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8ved=2ahUKQAQ&url=https%3A%2F%2Fkaryatulisku.com%2F20-pengertian-validitas-dan%2F&usg=AOvVaw2NVTKNMDA_Pfl8rxDKPQon
- Elisabet Togodly, H. S. (2018). PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA KOPREASI SERBA USAHA BALIEM ARABICA DI KABUPATEN JAYA WIJAYA. Media Neliti: <https://media.neliti.com/media/publications/269349-pengaruh-promosi-terhadap-peningkatan-pe-211150f6.pdf>
- Food, C. S. (2021, Maret 15). Bagaimana Cara Daftar Menjadi Mitra Pengemudi ShopeeFood? Shopee Help: <https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimana-cara-mendaftar-mitra-pengemudi>
- Helmi. (2015). Perilaku Konsumen: Minat Beli (Vol. 5). (N. Mahanani, Ed.) Jakarta, Indonesia: ERLANGGA.
- KENCANAWARDHANI, L. G. (2021, Maret 31). Shopee Food Bikin Grab dan Gojek Merinding: Menanti Perang Diskon Yang Manjain Konsumen. MOJOK.CO: <https://mojok.co/lgk/konter/shopee-food-bikin-grab-dan-gojek-merinding-menanti-perang-diskon-yang-manjain-konsumen/>

- Muhammad Yusuf S., D. M. (2019). Strategi dan Konsep Pemasaran. (Sobirin, Ed.) Indonesia: SAH MEDIA.
- MUKRAMAH. (2020). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI PADA KONSUMEN KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) CABANG SIPIN KOTA JAMBI. <http://repository.uinjambi.ac.id/4931/1/skripsi%20mukramah%20pdf.pdf>
- Rosdiana. (2019). Manajemen Pemasaran: Pengertian Miinat beli. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rangkuti. (2010). Manajemen Pemasaran: Tujuan Promosi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, F. (April 2018). Metode Dalam Pengambilan Keputusan. Yogyakarta: Deepublish.
- Sharen Tulang Gow, T. T. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee Internasional Indonesia Di Kota Manado. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 9.
- Sugiyono. (2015). Metodologi Penelitian: Pengertian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). Hipotesis-hipotesis penelitian. Statmat.net: <https://www.statmat.net/regresi-linier-sederhana/>
- Yoebrilianti, A. (2018, Juni). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MODERATOR (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). Jurnal Manajemen, 8, 1-22.
- Yanto, H. (2018). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PAKAIAN TERHADAP MINAT PEMBELI PADA TOKO ZOYA PALEMBANG. Palembang: Raden Fatah. <http://eprints.radenfatah.ac.id/2997/1/Heriyanto%20%2813190116%29.pdf>
- Yohana Dian, J. D. (2021). Riset Populer Pemasaran Jilid 2. (G. Rahmawan, Ed.) Indonesia: Media Sains Indonesia.

THE EFFECT OF LIQUIDITY AND LEVERAGE ON TAX AGGRESSIVITY IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR COMPANIES REGISTERED IN INDONESIA STOCK EXCHANGE 2017-2019

Icsan Pratama Panjaitan¹ dan Martinus Ismail²

ikhsanpanjiatan2723@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia

Abstract. *The effect of liquidity and leverage on tax aggressiveness in food and beverage sector companies listed on the Indonesian stock exchange in 2017-2019. This study aims to determine how liquidity and leverage affect tax aggressiveness. The research sample consisted of 22 from 34 companies and thus there were 66 samples. The research data is a secondary report in the form of financial statements of manufacturing companies listed on the IDX. Data is downloaded via www.idx.co.id. The method used in this research is descriptive statistics, correlation coefficient, determination coefficient, significant F test, significant T test, and linear regression analysis. The results of research that have been carried out by researchers indicate that there is no significant effect between liquidity on tax aggressiveness and there is a significant negative effect between leverage on tax aggressiveness.*

Keywords: *Liquidity, leverage, and tax aggressiveness*

PENDAHULUAN

Membahas suatu bangsa secara positif tidak jauh dari berbicara tentang ekonomi bangsa. Negara dikatakan maju apabila perekonomian negara tersebut semakin membaik. Di Indonesia pajak adalah sumber utama sebagai pemasukan negara untuk memenuhi kebutuhan perekonomian negeri tersebut. Selaku salah satu komponen penerimaan negara, maka dari tahun ke tahun maka penerimaan dari perpajakan menunjukkan peningkatan sehingga pemerintah Indonesia sangat agresive dan meningkatkan kepedulian terhadap subjek pajak, maupun objek pajak.

Pemerintah Indonesia melaksanakan bermacam kebijakan sehubungan dengan perpajakan guna mengoptimalkan penerimaan negara lewat pajak tersebut. Perihal ini jadi suatu fakta kalau penerimaan pajak jadi salah satu tulang punggung. Penerimaan negeri yang bisa diandalkan bagi Undang- Undang 28 tahun 2007 pasal 1 ayat 1 dikatakan kalau pajak ialah dorongan wajib orang individu maupun badan yang sifatnya mengharuskan. Kemenkeu go. id mengumumkan Anggaran Pemasukan Serta Belanja Negeri (APBN) dalam laporan keungan pada December 2019 tercatat pemasukan

negeri sebagian besar dari zona perpajakan ialah sebesar 99,32% dari jumlah pemasukan negeri serta sebesar 0,68% bukan pemasukan dari zona pajak.

Untuk negeri pajak ialah sesuatu pendapatan yang secara signifikan mempengaruhi pada tingkatan penerimaan negeri namun dari sisi lain perusahaan berpendapat pajak ialah sesuatu beban yang hendak kurangi keuntungan industri tentang tersebut mendesak industri mencari cara supaya sanggup kurangi beban pajak. oleh sebab perihal tersebut memungkinkan industri jadi agresif dalam perpajakan (Suyanto et al., 2012). salah satu strategi ataupun metode yang dicoba industri buat kurangi pajak merupakan dengan agresivitas pajak. Bagi (Frank, Lynch, & Rego, 2009)

Agresivitas pajak ialah suatu aktivitas kurangi pendapatan kena pajak yang dirancang melalui aktivitas perencanaan pajak (tax planning) baik mengenakan tata cara yang dikatakan legal semacam dengan penghindaran pajak (tax avoidance) maupun penggelapan pajak (tax evasion). Meski terdapat sebagian perihal yang tidak berlawanan dengan peraturan yang terdapat namun terus menjadi besar celah penghematan yang industri jalani berarti industri tersebut bisa dikatakan terus menjadi kasar terhadap pajak. permasalahan penghindaran pajak di Indonesia ialah permasalahan PT Toyota yang ialah industri yang masih tercantum anak dari industri ASTRA Direktorat Jendral Pajak menuding PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia menghindarkan pembayaran pajak senilai Rp 1,22 triliun dengan transfer pricing.

Aksi agresivitas pajak ialah sesuatu aksi yang di tunjukan untuk merendahkan laba kena pajak lewat perencanaan pajak baik yang memakai metode yang terkategori ataupun metode yang tidak terkategori (Sari serta Martani, 2010). Richardson and Lanis (2012) menarangkan menimpa agresivitas pajak ialah selaku salah satu kemauan serta aksi meminimalkan beban pajak dengan metode sah serta tidaksah. perusahaan dibangun dengan tujuan buat mendapatkan pemasukan ataupun keuntungan yang maksimal

Rasio likuiditas menampilkan kesanggupan industri dalam membayar hutang jangka pendek yang sudah jatuh tempo. perusahaan yang memiliki proporsi likuiditas yang sangat besar menunjukkan bahwa bisnis tersebut dalam kondisi pendapatan yang dapat diterima sehingga bisnis tersebut diharuskan memiliki opsi untuk memenuhi komitmen transiennya sesuai jadwal. Kesulitan dalam membayar komitmen sesaat membuat bisnis menyelesaikan kewajibannya karena bisnis lebih khawatir tentang menjaga pendapatan daripada menghasilkan baik pada tugas-tugas yang sangat besar. (Suroiyah, 2018).

Likuiditas yang rendah bisa dikatakan kalau industri tidak dalam keadaan baik ataupun terletak dalam masa kesusahan buat penuhi kewajiban jangka pendeknya

sehingga bisa mempengaruhi industri untuk melakukan aksi agresivitas pajak. Perihal ini sejalan dengan Hasil riset yang dicoba Noviani (2015) melaporkan kalau likuiditas mempengaruhi positif terhadap agresivitas pajak.

Leverage ialah rasio yang digunakan untuk mengukur sepanjang mana aktiva industri dibiayai dengan utang (Kasim, 2016: 151). Terus menjadi besar leverage hingga industri terus menjadi besar pemakaian hutang untuk membayar aktiva sedangkan apabila leverage terus menjadi kecil hingga industri terindikasi memakai modal sendiri dalam membiayai aktiva industri. Riset bermaksud untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan likuiditas serta leverage terhadap agresivitas pajak. Berlandaskan uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul: *The Effect of Liquidity and Leverage on Tax Aggressiveness in Food and Beverage Sector Companies Which Registered in Indonesia Stock Exchange on the Year of 2017 – 2019*. Sebagai rumusan masalah maka peneliti akan membahas bagaimana pengaruh likuiditas dan leverage terhadap agresivitas pajak pada perusahaan Food dan Beverage yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu 2017 – 2019.

KAJIAN TEORI DAN TELAAH LITERATUR

Likuiditas

Proporsi likuiditas adalah penanda kemampuan organisasi untuk membayar semua kewajiban moneter sesaat (kewajiban) ketika gagal memanfaatkan sumber daya saat ini yang dapat diakses (Sumbramanyam dan Wild (2010:241) mengklarifikasikan likuiditas, khususnya kapasitas organisasi untuk memenuhi komitmen sementara, yang biasanya dipandang sebagai waktu lama 1 tahun terlepas dari kenyataan bahwa itu terkait setandar operasional organisasi. Siklus organisasi dapat digunakan untuk memastikan efek yang berasal dari efek ketidakberdayaan organisasi untuk memenuhi komitmen sesaat nya. Sebanding dengan tugas, Suyanto dan Supramono (2010) menyatakan bahwa organisasi akan mempengaruhi kekuatan biaya organisasi apabila likuiditas suatu organisasi terlalu rendah maka akan mempengaruhi kepercayaan kreditur yang menyebabkan turunya uang muka yang diberikan oleh pihak bank. Organisasi dituntut untuk menjaga tingkat likuiditas dalam tingkat tertentu.

Leverage

Pengaruh leverage adalah proporsi dari seberapa banyak sumber daya organisasi dibiayai oleh kewajiban. Pengaruh adalah ukuran kewajiban organisasi untuk pembiayaan dan dapat mengukur ukuran sumber daya yang dibiayai oleh kewajiban. Ketergantungan organisasi yang tinggi pada kredit atau kewajiban menunjukkan tingkat dampak organisasi yang tidak dapat disangkal, sementara

organisasi dengan uang berdampak rendah sumber daya mereka menggunakan kerangka kerja khusus mereka sendiri.

Pembiayaan menggunakan hutang akan menyebabkan biaya tetap yaitu beban bunga yang harus ditanggung oleh perusahaan. Biaya pembayaran bunga atas hutang perusahaan dapat digunakan sebagai biaya pengurang dalam penentuan penghasilan kena pajak dimana perusahaan akan memiliki nilai effective tax rate (ETR) yang lebih rendah dari tarif penentuan pajak, hal ini tentu menurunkan beban pembiayaan perusahaan. Bunga pinjaman baik yang dibayar maupun yang belum dibayar pada saat jatuh beat adalah biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan. Sehingga dengan biaya bunga yang dikenakan atas hutang, perusahaan akan lebih memilih menggunakan hutang dalam pembiayaan. Tingkat leverage dapat menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

Agresivitas Pajak

Pada saat membahas pajak dalam suatu negara pasti terdapat banyak oknum yang memiliki rencana untuk melakukan penghindaran pajak. Dikarenakan perusahaan menganggap pajak merupakan beban bagi perusahaan sehingga banyak pemikiran melakukan agresivitas pajak. (Sugiyarti and Ramadhani, 2019) Agresivitas pajak merupakan Membangun gaji yang tersedia yang direncanakan melalui pengaturan retribusi (charge orchestrating) baik menggunakan strategi yang disebut asli dengan melakukan penghindaran beban atau secara melawan hukum melalui penyelesaian penghindaran pajak. Asosiasi menganggap biaya biaya sebagai masalah biaya tambahan yang dapat menurunkan keuntungan perusahaan, sehingga asosiasi diharapkan melakukan tindakan yang dapat menurunkan tingkat penilaian asosiasi. (Sugiyarti and Ramadhani, 2019).

HIPOTESA PENELITIAN

Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak

Proporsi likuiditas menunjukkan kapasitas organisasi untuk membayar kewajiban sesaat yang diharapkan atau proporsi untuk menentukan kapasitas organisasi untuk mendanai dan memenuhi komitmennya ketika dikumpulkan (Kasmir, 2016:128). Perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi arus kas yang lancar diharapkan perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek. Dari hasil Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Noviani (2015) menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak
H1: Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak

Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Likuiditas menggambarkan keadaan organisasi dalam memenuhi tanggung jawabnya yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengaruh diselesaikan dari kewajiban jangka panjang absolut yang diisolasi oleh sumber daya lengkap yang bertujuan untuk menggambarkan desain permodalan organisasi dan menangkap pilihan pembiayaan organisasi. Semakin menonjol kewajiban organisasi, semakin sederhana manfaat yang tersedia karena motivasi tugas yang lebih penting pada kepentingan kewajiban. Biaya bunga yang lebih tinggi akan menurunkan tarif pajak organisasi. Dengan cara ini, semakin tinggi proporsi pengaruh, semakin rendah tingkat pengeluaran. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Noviani (2017).

H2: Leverage Berpengaruh Signifikan Terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh likuiditas dan leverage terhadap agresivitas pajak

Rasio likuiditas dalam penelitian ini memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap agresivitas pajak dan leverage memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini bertolak belakang terhadap penelitian sebelumnya yaitu penelitian, (Dinar dkk, 2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, dan leverage berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak dalam penelitian. Penelitian Savitri dan Rahmawati (2017).

H3: Likuiditas dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Jenis penelitian menggunakan penelitian deskriptif asosiatif dengan menggunakan data kuantitatif. Dan penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan pada Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Populasi dan sampel.

Populasi menggambarkan keseluruhan objek yang hendak diteliti. Menurut Sugiyono (2017), bahwa populasi ialah daerah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai mutu serta karakteristik tertentu yang diresmikan oleh periset buat dipelajari serta setelah itu ditarik akhirnya. Dalam penelitian ini yang jadi populasi merupakan industri manufaktur sub sektor tekstil dan garment yang terdaftar di bursa dampak Indonesia sebanyak 34 (tigapuluh empat) perusahaan.

Dalam Sugiyono (2017) menyatakan bahwa sampel adalah merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dipunyai oleh populasi tersebut. Oleh sebab itu sampel

yang digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 22 perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2017- 2019. Berdasarkan tahun pada sampel penelitian yaitu 2017 – 2019, maka jumlah data yang akan diolah oleh peneliti adalah sebanyak 66 sampel yaitu 22 perusahaan dikali tiga tahun.

Variabel penelitian.

Ada dua (2) Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini, antara lain: variable likuiditas (X1) dan variable leverage (X2) sebagai variabel independen dan variabel agresivitas pajak (Y) sebagai variable dependen. Pada penelitian ini proksi Rasio Lancar digunakan untuk menghitung likuiditas dan kemudian Debt to Equity (DER) digunakan untuk menghitung leverage dan Earning Tax Rasio(ETR) digunakan untuk Agresivitas Pajak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisa Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CR	66	,02	83,78	16,0292	108,49551
DER	66	,00	11,35	1,1118	1,46100
ETR	66	,10	95,02	51,1273	160,73823
Valid N (listwise)	66				

Tabel 1 diatas menunjukkan hasil statistic descriptive pada penelitian terkait karakteristik variabel independen pada penelitian ini. Terkait variable Likuiditas, didapati nilai minimum 0,00 dan nilai maksimum 83,78 dengan rata-ratanilai 16,03. Terkait Leverage didapati dengan nilai minimum 0,10 dan nilai maksimum 11,35 dengan rata-rata 1,46100. Dengan demikian diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata responden menilai terkait variable penelitian maka diketahui bahwa kondisi keuangan terkait hutang masih dalam rata-rata dibawah 40% standard debt equity ratio oleh pemerintah serta diketahui rata-rata perusahaan membayar membayar pajak diatas peraturan pemerintah yaitu 25%.

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,443 ^a	,196	,170	146,39905	,924

a. Predictors: (Constant), DER, CR

b. Dependent Variable: ETR

Tabel 2 menunjukkan terkait koefisien korelasi didapati ada hubungan antara likuiditas dan leverage terhadap agresivitas pajak dilihat dari nilai $r = 0.443$. Tabel menunjukkan bahwa pada model 1 nilai R-Squarenya sebanyak 0,196 yang artinya kontribusi likuiditas, leverage terhadap agresivitas pajak adalah 19,6% dan sisanya dipengaruhi faktor lainnya.

Uji Signifikan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	329131,655	2	164565,827	7,678	,001 ^b
	Residual	1350258,970	63	21432,682		
	Total	1679390,624	65			

a. Dependent Variable: ETR

b. Predictors: (Constant), DER, CR

Melalui penelitian ini didapati bahwa uji model dengan uji signifikan F menunjukkan bahwa hasil pada penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas dan leverage terhadap agresivitas pajak. Hal ini terlihat dari uji F menunjukkan F-hitung 7,678 dan nilai Sig. $0.01 < 0.05$.

Uji Asumsi Klasik

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	,924

b. Dependent Variabl: ETR

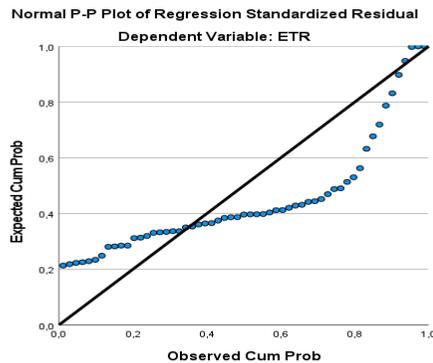
Standar untuk lulus uji ini $dL < dW < 4 - dU$, pada tabel ini diatas diketahui $dW = 0,924$ dengan $n=66$, $k=3$, maka di didapati nilai $dL=1,5934$ dan $DU = 1,66404$ serta 4-

$dU = 2,33596$ dan di dapat hasil bahwa terdapat autokorelasi positif karena $1,5934 > 0,924 < 2,33596$ dan telah memenuhi syarat.

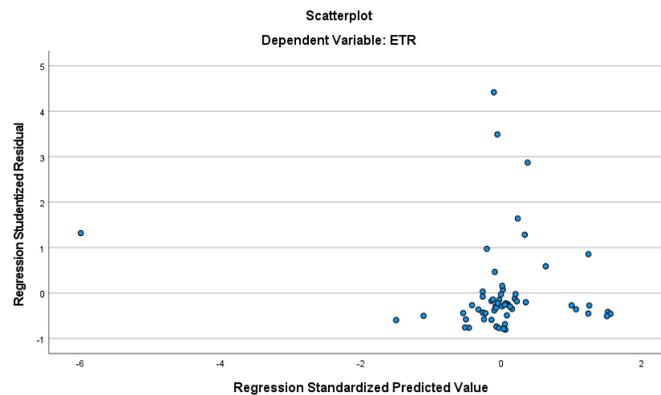
Table 5. Multikolienaritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CR	,946	1,057
	DER	,946	1,057

Dari table diatas terlihat bahwa VIF $1.057 < 10$ dan nilai tolerance $.946 > 0.10$, maka didapatkan bahwa uji diterima dan tidak terjadi multikolienaritas.



Dari table diatas terlihat bahwa titik plot berada diantara garis diagonal maka didapatkan bahwa uji diterima bahwa data terdistribusi normal.



Dari table diatas terlihat bahwa titik plot tersebar dan tidak membentuk pola maka didapatkan bahwa uji diterima bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisa Regresi

Melalui penelitian ini didapati bahwa uji model dengan uji signifikan t menunjukkan bahwa hasil pada penelitian ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap agresivitas pajak. Hal ini terlihat dari uji t menunjukkan t-hitung -605 dan nilai Sig. 0.547. Melalui penelitian ini didapati bahwa uji model dengan uji signifikan t menunjukkan bahwa hasil pada penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara leverage terhadap agresivitas pajak. Hal ini terlihat dari uji t menunjukkan t-hitung 3,901 dan nilai Sig. $0.01 < 0.05$.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,250	22,784		-,055	,956
	CR	-,101	,168	-,069	-,605	,547
	DER	48,574	12,451	,442	3,901	,001

a. Dependent Variable: ETR

PEMBAHASAN

Pengaruh Likuiditas terhadap agresivitas pajak

Nilai signifikan antara variabel likuiditas terhadap agresivitas pajak sebesar 0,547 lebih besae dari 0,05 dan nilai t_{hitung} variabel likuiditas sebesar -605 sehingga keputusannya hipotesa diterima .yang artinya likuiditas tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak ini mengartikan bahwa semakin tinggi tingkat utang jangka pendek perusahaan maka tidak terindikasi perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Muliasari Riri,2020)

Pengaruh Leverage terhadap agresivitas pajak.

Nilai signifikan antara variabel leverage terhadap agresivitas pajak 0,01 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 3,901 sehingga keputusaanya adalah hipotesa di tolak yang artinya terdapat hubungan yang signifikan positive terhadap agresivitas pajak ini mengartikan bahwa semakin tinggi kewajiban jangka panjang perusahaan maka di indikasi perusahaan untuk melakukan tindak agresivitas pajak semakin rendah.penelitian ini mendukung penelitian yang di lakukan oleh (Noviari,2015) dan (Hutagalung Mona,2020).

Pengaruh likuiditas dan leverage terhadap agresivitas pajak

Dalam penelitian ini variabel likuiditas dan leverage terhadap agresivitas pajak secara simultan menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0,001. dapat dilihat dari hasil uji F pada tabel ANOVA di ketahui bahwa F-hitung adalah 7,768. Standar nilai signifikan < dari 0.05 dan didapati nilai signifikan $F_{0.01} < 0,05$ dengan demikian dapat dilihat bahwa variabel likuiditas dan leverage memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang di lakukan pada perusahaan sektor makanan dan minuman pada tahun 2017-2019 sesuai penjelasan yang sudah diuraikan diatas kemudian di peroleh kesimpulan. Likuiditas memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor industri pertanian pada tahun 2017-2019. Leverage memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor industri pertanian pada tahun 2017-2019.

Saran

Penelitian selanjutnya hendaknya menambah variabel penelitian dan jumlah sampel penelitian dalam berbagai sektor yang terdapat di bursa efek indonesia dan memperpanjang periode pengamatan agar sampel yang digunakan dapat lebih mewakili sehingga hasil penelitian dapat lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Hutagalung Mona, (2020)” Pengaruh Likuiditas Dan Leverage, Intensitas Persediaan Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2019”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi.Bandung

Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Mualiasari Riri, (2020), *Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan*.Jurnal Manajemen dan Keuangan.8(1):28-36

Noviari, N. (2015). *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Intensitas persediaan dan Intensitas Aset Tetap Pada Tingkat Agresivitas Pajak Wajib Pajak Badan*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana: Vol.13.3 Desember (2015): 973-1000.

<https://newssetup.kontan.co.id/news/penghindaran-pajak-membuat-rugi-negara-rp-687-triliun-ini-kata-dirjen-pajak>

Richardson, G and Lanis, R. 2012. Determinants of Variability in Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform: Evidence from Australia. *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 26 (2007), pp. 689-704.

Sari, D.K., dan Martani, D. (2010). *Ownership characteristics, corporate governance and tax aggressiveness*. The 3rd International Accounting Conference & The 2nd Doctoral Colloquium. Bali.

Subramanyam, KR dan John, J. Wild, (2010). *Analisis Laporan Keuangan*, Buku Satu, Edisi Sepuluh, Salemba Empat, Jakarta

Subramanyam et al. (2009) *Financial statement analysis*. Tenth Edition. London: MCGraw Hill.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suroiyah., dan Siti Khairani. 2018. *Pengaruh Pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak*. Skripsi. Palembang: STIE Multi Data.

Suyanto, Krisnata Dwi dan Supramono. (2012) “Likuiditas, leverage, komisris independen, dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak perusahaan”. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 16. hal 167-177

KEBIJAKAN EDITORIAL DAN PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

KEBIJAKAN EDITORIAL

Penerbitan EKONOMIS Jurnal Ekonomi dan Bisnis pada Fakultas Ekonomi, Universitas Advent Indonesia Bandung adalah hasil kerjasama para dosen paa program studi Manajemen, Akuntansi, dan Administrasi Perkantoran. Jurnal ini akan diterbitkan secara berkala (setiap enam bulan) dengan tujuan untuk pengaplikasian dan penerapan serta menyebarkan hasil pengembangan dan pengkajian di bidang manajemen baik pada sector public, sector nirlaba lainnya, maupun sector swasta yang meliputi sector industry, perdagangan, jasa, pendidikan maupun bidang-bidang lainnya.

Jurnal Ekonomi dan Bisnis menerima kiriman artikel yang ditulis dalam Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke Jurnal Ekonomi dan Bisnis belum pernah dipublikasikan baik Nasional maupun Internasional.

Hak penerbitan ada pada Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Advent Indonesia Bandung, seangkan hak cipta naskah tetap pada pemakalah.

Penentuan artikel yang dimuat dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis adalah melalui proses review oleh Dewan Redaksi dan Dewan Penyunting. Dewan Redaksi bertanggung jawab untuk memberikan telaah konstruktif dan, jika dipandang perlu, menyampaikan hasil evaluasi kepada penulis artikel. Artikel dikirim ke Redaksi Jurnal Ekonomi dan Bisnis dengan alamat:

Dr. Romulo Sinabutar MBA (Editor)
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Advent Indonesia
Jl. Kol. Masturi 288, Hp. 081322169087
Parongpong, Bandung.

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

1. Sistematika penulisan mengikuti gaya Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Advent Indonesia
2. Naskah artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dan belum pernah dipublikasikan
3. Panjang tulisan antara 12 – 20 halaman, jarak baris 1.15 spasi dan kertas berukuran quarto
4. Naskah yang dikirim ke redaksi dengan urutan format penulisan yang terdiri dari: Judul, Nama Penulis, Abstraksi, Pendahuluan, Ulasan, Penutup, dan Referensi.
5. Abstraksi ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris, secara ringkas memuat uraian tentang masalah dan tujuan penelitian, metode yang digunakan, dan hasil penelitian. Abstraksi terdiri dari 150 – 300 kata dan diikuti kata kunci yang berisikan konsep dasar atau ide yang mewakili bidang yang diteliti. Kata kunci terdiri dari 3 – 5 kata.
6. Pendahuluan berisi latar belakang dan perumusan masalah, studi kepustakaan, tujuan, dan manfaat serta kontribusi hasil
7. Ulasan berisi metode penelitian serta hasil dan pembahasan
8. Penutup berisi kesimpulan dan saran, baik berkaitan dengan topik bahasan atau untuk peneliti berikutnya (jika ada)
9. Referensi ditulis dengan format seperti contoh, sebagai berikut:

Gitman, Lawrence. HM., 2000, J., *Principles of Managerial Finance*, International Edition, 9th Edition, Addison Wesley Publishing Company, USA

Baso, Moeradi. HM, 1999, “*Tantangan dan Peluang Lembaga dan Profesional Pengembangan Sumber Daya Manusia menjelang dan Dalam Era Globalisasi*”, Majalah Manajemen Usaha Indonesia, Edisi No. 5, Tahun XXVIII, Mei.