



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PROSIDING

FBE UAJY STUDENT CONFERENCE 2025

**“Advancing Business and Economic Paradigms in
The Digital Age”**

Vol 2, 2025

ISSN: 3062-9926

Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

(0274) 487711

fbe@uajy.ac.id

www.fbe.uajy.ac.id

Jalan Babarsari No. 44 Yogyakarta
55281



Vol 2, 2025

ISSN: 3062-9926

PROSIDING

FBE UAJY STUDENT CONFERENCE 2025

**“Advancing Business and Economic Paradigms in
The Digital Age”**



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Vol 2, 2025

ISSN: 3062-9926

PROSIDING

FBE UAJY STUDENT CONFERENCE 2025

**“Advancing Business and Economic Paradigms in
The Digital Age”**

Copyright ©2024 by authors/publisher

Diterbitkan oleh Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written consent of the Faculty of Business and Economics Universitas Atma Jaya Yogyakarta as a publisher.

Terbitan Pertama, 2025

Pengelola dan Penerbit Prosiding :

Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta, Indonesia
Phone (62-274) 487711 ext. 3127
Faximile (62-274) 485227
fbe.uajy.ac.id

SUSUNAN DEWAN REDAKSI PROSIDING

Keynote Speaker:

Benediktus Danang Satria, MiM, MBA

Pelindung:

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D. - Dekan FBE UAJY

Pemimpin Editorial:

Elizabeth Fiesta Clara SB, S.M., M.M., CRP

Komite Pelaksana Seminar:

Mario Rosario Wisnu Aji, S.E., M.Ec.Dev
Laurentius Rio Ageng Surya, S.Ak., M. Acc
Ignatia Eka Puspita Krisnawati, S.Ak., MBA
Nathanael Fernanda Firsta, S.Kom

Komite Pelaksana Seminar:

Dr. Nuritomo, SE., M.Acc., BKP
Agatha Mayasari, S.E., M.Sc
Yohanes Mario Pratama, SE., M.Acc
Api Adyantari, S.A., MBA
Aloysia Desy Pramusiwi, SE., M.Sc
Vonezyo Yupanzara Dharomez, S.E., MBA
Raymundo Patria Hayu Sasmita, S.E., M.Ak
Patricia Paramitha Suci, S.Ak., M.Sc
Pristanto Silalahi, S.E., M.S.E
Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc
Dismas Persada D. Pramudita, S.M., M.SM
Rosa De Lima Dyah Retno Palupi, S.M., M.M
Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom., MM
Vica Sakti Mantong Tandenan, S.E., M.Ec., Ph.D

Editor Pelaksana:

F. Joki Hartono Tri Nugroho, SE., MM



KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur dan kebanggaan, kami mempersembahkan Prosiding Student Conference Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FBE UAJY) 2025 – Spectrum 2025, yang mengangkat tema “Advancing Business and Economic Paradigms in The Digital Age.” Tema ini dipilih sebagai respons atas transformasi besar-besaran yang tengah terjadi di dunia bisnis dan ekonomi, seiring dengan kemajuan teknologi digital yang terus berkembang pesat

Prosiding ini merupakan kompilasi dari karya-karya ilmiah mahasiswa yang telah mengikuti Student Conference Spectrum 2025. Setiap makalah yang terhimpun di dalamnya merefleksikan pemikiran kritis, analisis tajam, dan semangat inovatif generasi muda dalam menanggapi isu-isu kontemporer di era digital. Beragam topik yang dibahas mencerminkan kompleksitas sekaligus peluang yang muncul di tengah disrupsi digital, mulai dari perubahan perilaku konsumen, model bisnis baru, hingga adaptasi kebijakan ekonomi

Kami berharap prosiding ini dapat menjadi sumber inspirasi dan referensi yang bermanfaat, tidak hanya bagi kalangan akademik, tetapi juga bagi praktisi, pengambil kebijakan, dan masyarakat luas dalam memahami dan merumuskan paradigma baru di bidang bisnis dan ekonomi.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh mahasiswa penulis, dosen pembimbing, reviewer, serta panitia yang telah berkontribusi dengan penuh dedikasi dalam penyelenggaraan konferensi ini. Semoga semangat kolaboratif dan intelektual yang tercermin dalam prosiding ini dapat terus tumbuh dan membawa dampak positif bagi masa depan bisnis dan ekonomi di era digital.

Yogyakarta, 30 Juni 2025

DAFTAR ISI

KATA PENGATAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
KOLABORASI AKTOR POTENSIAL MELALUI DIGITAL CREATIVE TEAM DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA BAHARI BOWELE KABUPATEN MALANG	1
PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK, DAN E-WOM TERHADAP NIAT PEMBELIAN (STUDI PADA MEREK ATOMY)	2
MENGUNGKAP MISTERI BLIND BOX: BAGAIMANA KETIDAKPASTIAN MEMPENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN.....	3
DEMI DIA, AKU BELI SEMUA: PARASOCIAL INTERACTIVITY DAN IMPLUSIVE BUYING DALAM DATING GAME SIMULATION.....	4
SEKALI COBA, AKU KETAGIHAN: <i>EXPERIENTIAL MARKETING</i> DAN REPURCHASE INTENTION PADA PHOTOBOOTH	5
DINAMIKA PSIKOLOGIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENJADI <i>SOCIAL ENTREPRENEUR</i>.....	6
ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PAJAK KARBON MENGGUNAKAN PELABELAN VADER.....	7
PIXEL OF CHANGE : INVESTIGATING THE EQUITABLE IMPACT OF DIGITALIZATION TOWARDS THE HUMAN DEVELOPMENT INDEX OF TEN ASIAN NATIONS.....	8
PENGARUH <i>FRAUD HEXAGON THEORY</i> TERHADAP KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN.....	9
DAMPAK EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI: PERAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.....	11
DARI TONTONAN JADI BELANJAAN: PERAN LIVE STREAMING TIKTOK DALAM MENDORONG PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK KECANTIKAN SKINTIFIC	12
PENGARUH FEAR OF MISSING OUT DAN FRUGAL LIVING TERHADAP INVESTMENT DECISION DI KALANGAN MAHASISWA PADA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.....	13
MEMBACA KEBAHAGIAAN MELALUI LENSA PEMBANGUNAN MANUSIA: ANALISIS DATA INDONESIA TAHUN 2014, 2017, DAN 2021	14
THE EFFECT OF FRUGAL LIVING ON INVESTMENT DECISION MAKING WITH FINANCIAL SELF-EFFICACY AS MODERATOR.....	15
KUALITAS LINGKUNGAN HIDUP DI INDONESIA: DAMPAK PEMBANGUNAN MANUSIA DAN KEPADATAN PENDUDUK TAHUN 2019 - 2023	16
PENGARUH FOOD INFLUENCER TERHADAP KEINGINAN KONSUMEN UNTUK MENGUNJUNGI TEMPAT KULINER	17
KEMISKINAN DI PADUKUHAN PULE GUNDES 2, GUNUNG KIDUL: PENGARUH BANTUAN PEMERINTAH, FAKTOR SOSIAL EKONOMI DAN DEMOGRAFI TAHUN 2025	18
PENGARUH <i>ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG)</i> TERHADAP KINERJA KEUANGAN BUMN: PERAN KEBERAGAMAN GENDER SEBAGAI VARIABEL MODERASI	19

PENGARUH PRAKTIK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA BERKINERJA TINGGI TERHADAP KOMITMEN AFEKTIF, KESIAPAN PERUBAHAN, DAN KINERJA KARYAWAN DENGAN DIMODERASI BUDAYA HIERARKI	21
PENGARUH <i>REMOTE WORKING</i> TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN DAN <i>WORK-LIFE BALANCE</i>: STUDI TERHADAP KARYAWAN MILENIAL DI DKI JAKARTA.....	22
ASSESSING THE EFFICIENCY OF SDG IMPLEMENTATION IN INDONESIA: A REGIONAL ANALYSIS USING THE DEA APPROACH	23
ANALISIS KUALITAS LAYANAN EMPIRE XXI YOGYAKARTA: PERSPEKTIF GENERASI Z TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS	25
SAPA, VIETNAM DI MATA GEN Z: BAGAIMANA PERILAKU PEMILIHAN DESTINASI MEMBENTUK PARIWISATA BERKELANJUTAN	26
TREN PARIWISATA INDONESIA: ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH DESTINASI LIBURAN KE THAILAND	27
KETAHANAN PANGAN DAN TINGKAT <i>STUNTING</i> DI INDONESIA TAHUN 2019-2023.....	28
ANALISIS PERBEDAAN AUDIT REPORT LAG SEBELUM DAN SAAT PENERAPAN STANDAR AUDIT 701 PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	29
PENGARUH THE FED DAN BITCOIN TERHADAP INDEKS TEKNOLOGI AS DAN INDONESIA ..	30
EFEKTIVITAS MEME MARKETING DALAM MENINGKATKAN NIAT PEMBELIAN: ANALISIS MEDIASI KETERLIBATAN KONSUMEN.....	31
ANALISIS POLA KONSUMSI WISATAWAN DI EKOWISATA PANTAI MANGROVE DAN WISATA PANTAI BUKAN MANGROVE : PERSPEKTIF PSIKOLOGI LINGKUNGAN DAN DAMPAK EKONOMI LOKAL	32
PENGARUH KEADILAN ORGANISASIONAL TERHADAP KEBAHAGIAAN DI TEMPAT KERJA DENGAN UPAH EMOSIONAL SEBAGAI PEMEDIASI.....	33
PENGARUH ANGGARAN BERBASIS KINERJA DAN PENGAWASAN INTERNAL TERHADAP AKUNTABILITAS KINERJA INSTANSI PEMERINTAH KOTA SURABAYA	34
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KINERJA KARYAWAN YANG DIMEDIASI OLEH BUDAYA ORGANISASIONAL	35
PENGARUH PENGALAMAN AKADEMIK DAN JENIS KELAMIN TERHADAP PROAKTIVITAS MAHASISWA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP INDEKS PRESTASI KUMULATIF (IPK)	36
IMPLEMENTASI TEKNOLOGI AI DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS: STUDI LITERATUR SISTEMATIS.....	37
PENGALAMAN KONSUMEN HINGGA LOYALITAS: STUDI EMPIRIS PERBANKAN <i>PHYGITAL</i> DI INDONESIA.....	38
ADOPTSI TEKNOLOGI CHATGPT DALAM INSTITUSI PENDIDIKAN PERSPEKTIF MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.....	40
NICHE MARKETING: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK “OATSIDE” MELALUI CERUK PASAR PRODUK PENGGANTI SUSU SAPI	42
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN UNIQLO DI YOGYAKARTA)	43

DAMPAK INTERAKSI DEMOGRAFIS TERHADAP TINGKAT KEMISKINAN DI PROVINSI SULAWESI SELATAN: ANALISIS PANEL DATA 2010-2024.....	45
DINAMIKA PENGANGGURAN TERDIDIK DI INDONESIA: PERAN INVESTASI, UPAH, DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DALAM PERSPEKTIF DATA PANEL	46
PENGARUH LITERASI KEUANGAN, <i>FINTECH</i> , DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA DENGAN <i>GENDER</i> SEBAGAI VARIABEL MODERASI.....	47
STRATEGI MANAJEMEN RISIKO, PEMASARAN, DAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TOKO KOSMETIK.....	48
PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL PEMIMPIN TERHADAP KINERJA KARYAWAN	49
IMPLEMENTASI <i>DIALOGIC COMMUNICATION MODEL</i> PADA WEBSITE INFORMASI PERSYARIKATAN MUHAMMADIYAH KOTA MALANG.....	50
DAMPAK KETERIKATAN KARYAWAN TERHADAP KINERJA ORGANISASIONAL	51
PENGARUH PENGEMBANGAN KARIER, KOMPENSASI, KEAMANAN KERJA, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN	52
STRATEGI MANAJEMEN RISIKO, PEMASARAN, DAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TOKO KOSMETIK.....	53
PENGARUH TERPAAN PROGRAM DISKON TANGGAL KEMBAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA PADA AKUN SHOPEE SOMETHINC DI YOGYAKARTA.....	54
STRATEGI PERUMUSAN JENAMA SMP KANISIUS MUNTILAN BERBASIS CONTEXTUAL PROJECT-BASED LEARNING BERTEMA BETLEHEM VAN JAVA.....	56
PENGARUH AUDIT PEMERINTAH DAERAH TERHADAP PENCEGAHAN KORUPSI (LITERATUR REVIEW).....	58
STUDI EMPIRIS KURVA ENGEL DI WILAYAH INDONESIA TIMUR	59
ANALISIS SENTIMEN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH DI KOTA YOGYAKARTA.....	60
PENGARUH KESEHATAN KEPALA KELUARGA TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA DI INDONESIA TIMUR.....	61
ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN EDUCATION AND INCOME LEVEL IN YOGYAKARTA	62
PENGARUH PENDIDIKAN KEPALA KELUARGA TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA DI INDONESIA TIMUR.....	63
ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN BERSEDEKAH RUMAH TANGGA DI INDONESIA TIMUR.....	64
HUBUNGAN ANTARA OLAHRAGA, MEROKOK, DAN TINGKAT STRES DI INDONESIA TIMUR.....	65
ANALISIS DETERMINAN KEPUTUSAN MENABUNG: STUDI KASUS RUMAH TANGGA DI INDONESIA TIMUR	66
ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TERHADAP PEMINDAHAN IBU KOTA NEGARA DI KALIMANTAN TIMUR.....	67
PENGUNAAN PENDEKATAN <i>ENGINEERING ESTIMATES</i> DALAM ESTIMASI BIAYA PROYEK PADA PT REKAJASA CIPTA MAHAKARYA	68

PENGARUH BRAND EXPERIENCE, BRAND LOVE, DAN BRAND ATTACHMENT TERHADAP WORD OF MOUTH MARKETING: STUDI PADA CO-BRANDING ERIGO X JKT 48.....	70
PENGARUH PELATIHAN DIGITAL DAN PENILAIAN KINERJA DIGITAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN MOTIVASI KARYAWAN SEBAGAI MEDIASI.....	71
PERAN <i>GRAPEVINE COMMUNICATION</i> DALAM RELASI KELOMPOK DI ORGANISASI SUARA.COM.....	72
KARAKTERISTIK PENGGUNA INSTAGRAM DALAM PENCARIAN INFORMASI TENTANG TOKO ROTI.....	73
EKSPLORASI KONSEP <i>HIGHEST AND BEST USE</i> MELALUI ANALISIS BIBLIOMETRIK BERBASIS VOSVIEWER.....	75
PROSES DIFUSI-ADOPSI INOVASI PENGGUNAAN INSTAGRAM @KRATONJOGJA SEBAGAI PELESTARIAN BUDAYA KARATON NGAYOGYAKARTA HADININGRAT	76
MOTIF DAN KEPUASAN <i>FOLLOWERS</i> INSTAGRAM @SCHOTERS TERKAIT INFORMASI BEASISWA DAN STUDI LANJUT KE LUAR NEGERI.....	77
PERAN PIMPINAN DALAM MEMBENTUK IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM START UP DIGITAL	79
IMPLEMENTASI ELEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN WIRATEA SPICES BAR DALAM MENGENALKAN MINUMAN REMPAH.....	80
PENGARUH KUALITAS KOMUNIKASI ANTAR KARYAWAN MELALUI MEDIA SOSIAL WHATSAPP TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA CV. VOBIDN.....	82
PENGARUH TERPAAN KONTEN IKLAN AKUN TIKTOK @DICTIONAREI DAN KREDIBILITAS <i>INFLUENCER</i> REIZUKA ARI TERHADAP MINAT BELI PRODUK ELFORMULA INTENSIVE PEELING SOLUTION: STUDI EKSPLANATIF PADA PENGIKUT AKUN TIKTOK @DICTIONAREI	84
PENGARUH SERVICE QUALITY MASHKIES GO - TREASURE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Eksplanatif pada Anggota Group Chat MASHKIES GO - TREASURE di Aplikasi LINE)	86
PERILAKU GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN <i>GADGET</i> (STUDI DESKRIPTIF HUBUNGAN TINGKAT PENGGUNAAN <i>GADGET</i> DENGAN TINGKAT PRESTASI AKADEMIK PADA SISWA SMA & SMK DI JAKARTA SELATAN)	87
PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS <i>AUGMENTED REALITY</i> MELALUI FITUR <i>VIRTUAL TRY ON</i> TERHADAP MINAT BELI PRODUK GARNIER HAIR COLOR: STUDI EKSPLANATIF PADA MAHASISWA.....	89
IMPLEMENTASI KOMUNIKASI <i>WORD OF MOUTH</i> PADA PROGRAM <i>PARENT REFERRAL</i> TTK BPK PENABUR SERANG.....	90
SOSIALISASI BUDAYA T.R.U.S.T. PADA KARYAWAN BARU PT WAROENG STEAK INDONESIA.....	92
KOLABORASI ANTARPEMANGKU KEPENTINGAN DALAM MEMBANGUN IKLIM ORGANISASI DI DESA WISATA DEWI TINALAH	93
FROM DISCLOSURE TO IMPACT : DO KEY AUDIT MATTERS TRULY ENHANCE AUDIT QUALITY?	94

KONTRIBUSI KETERLIBATAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KREDIBILITAS <i>INFLUENCERS</i> TERHADAP NIAT PEMBELIAN PADA <i>LIVE STREAMING</i> TIKTOK SHOP.....	96
PENGARUH PENGALAMAN KERJA, KEMAHIRAN PROFESIONAL, MOTIVASI AUDITOR, DAN DUE PROFESIONAL CARE TERHADAP KUALITAS AUDIT	98
THE EFFECT OF PROFESSIONAL EXPERTISE, EXPERIENCE, AND ETHICAL PERCEPTION ON AUDITOR JUDGMENT	99
REAKSI PASAR MODAL ATAS PEMBERLAKUAN POJK NOMOR 48 TAHUN 2020	100
GREEN REPURCHASE INTENTION: PENGARUH GREEN TRUST DAN GREEN PERCEIVED VALUE PADA KONSUMEN HIJAU PASAR WIGUNA YOGYAKARTA.....	101
STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM KAMPUNG AMPLANG: TINJAUAN TERINTEGRASI ASPEK PEMASARAN, RISIKO BISNIS, DAN HUKUM.....	102
ANALISIS DUKUNGAN ORGANISASI PERSEPSIAN SEBAGAI MODERASI PADA PENGARUH KEPEMIMPINAN DIRI TERHADAP KETERIKATAN KARYAWAN DI PT PLN (PERSERO).....	103
PENGARUH KUALITAS LAYANAN PERGURUAN TINGGI (HESQUAL) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA	104
ANALISIS PENGARUH ENVIRONMENTAL UNCERTAINTY TERHADAP TAX AVOIDANCE	105
PRAKTIK KAMPANYE KESELAMATAN OLEH <i>HSES TRAINING & SERVICES SECTION</i> PT KALTIM PRIMA COAL KEPADA KARYAWAN	106
PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN EMISI KARBON (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2021-2024)	108
PENGARUH DEWAN DIREKSI, DEWAN KOMISARIS, DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP PENGUNGKAPAN <i>GREEN BANKING</i> (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2021-2024).....	109
PENGARUH UPAH MINIMUM PROVINSI (UMP) DAN SUKU BUNGA TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB) DI PROVINSI SUMATERA UTARA	110
ANALISIS PENGARUH HUBUNGAN KEBERAGAMAN GENDER DEWAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN	112
JENAMA YANG LAHIR DARI MASYARAKAT: EKPLORASI POTENSI JENAMA PUBLIK (<i>PUBLIC BRAND</i>) ANGKRINGAN YOGYAKARTA	113
EFISIENSI PEMANFAATAN ANGGARAN PUBLIK UNTUK KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MISKIN.....	114
FLEKSIBILITAS YANG EFEKTIF ATAU DISFUNGSIONAL? PERAN IMPLEMENTASI PENGATURAN KERJA FLEKSIBEL TERHADAP KINERJA.....	116
SUSTAINABLE FINANCE DYNAMICS ON BANKING INDUSTRY: UNVEILING CORPORATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE ON INDONESIA AND SINGAPORE.....	118
KESENJANGAN GENDER DALAM JABATAN STRUKTURAL DI KEMENTERIAN ATR/BPN: ANALISIS DESKRIPTIF TERHADAP PELUANG, HAMBATAN, DAN AKSES KARIER ASN PEREMPUAN	119

WORK FROM ANYWHERE, CREATE ANYWHERE? ANALISIS DAMPAK NYATA FLEKSIBILITAS KERJA PADA KREATIVITAS KARYAWAN.....	121
Memahami Jalur Inovatif: Dampak <i>Organizational Climate</i> terhadap <i>Individual Innovative Behavior</i> melalui <i>Individual Creativity</i>.....	123
EFFICIENCY OF HEALTH EXPENDITURE IN MEMBER COUNTRIES OF THE MIDDLE EAST AND NORTH AFRICA (MENA): A DATA ENVELOPMENT ANALYSIS APPROACH.....	124
TAKTIK INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION PT NUTRIFOOD DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI AKTIVITAS FISIK REMAJA MELALUI PROGRAM HILO BODY MOVE DI YOGYAKARTA.....	125
THE HIDDEN PATH: INTERNAL COMMUNICATION MEMBANGUN EMPLOYEE PERFORMANCE MELALUI ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS	127
EMPLOYEE HAPPINESS: FAKTOR PENENTU EFEK PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR.....	128
EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF SPECIAL AUTONOMY FUNDS IN PAPUA: A DEA-BASED COMPARATIVE ANALYSIS.....	129
PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SOSIALISASI PAJAK, PEMUTIHAN PAJAK, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR YANG TERDAFTAR DI SAMSAT KOTA SURAKARTA	131
PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI KECAMATAN UMBULHARJO KOTA YOGYAKARTA	133
APAKAH GAYA KEPEMIMPINAN MENENTUKAN TINGKAT KEPUASAN KERJA? STUDI PADA PERUSAHAAN JASA MAKANAN DI YOGYAKARTA	135
PENGARUH PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP NIAT UNTUK BERPINDAH DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI.....	136
PERAN DUKUNGAN ORGANISASI PERSEPSIAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KEPEMIMPINAN INKLUSIF TERHADAP PERILAKU INOVATIF KARYAWAN DI PT INDUSTRI KERETA API (PERSERO)	137
PENGARUH <i>BRAND AMBASSADOR</i>, <i>EVENT MARKETING</i> DAN PEMESARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI MEDIATOR.....	138
KONSTRUKSI SKALA <i>SUBJECTIVE FINANCIAL WELL-BEING</i> PADA <i>EMERGING ADULT</i> DI INDONESIA: EKSPLORASI FAKTOR.....	140
PENGARUH ESG SCORE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.....	141
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>PURCHASE INTENTION</i> MELALUI <i>BRAND TRUST</i> PADA PENGGUNA PERAWATAN KULIT X DI JAKARTA	142
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>E-LOYALTY</i> MELALUI <i>E-SATISFACTION</i> PADA PENGGUNA APLIKASI LAYANAN TRANSPORTASI <i>ONLINE</i> X DI JAKARTA	144
EVALUASI NIAT UNTUK TETAP MENGGUNAKAN QRIS PADA KALANGAN UMKM BERDASARKAN: TAM DAN TPB.....	146
TOKENIZED CARBON SWAPS MODEL BERBASIS BIOCRYPTO MELALUI VOLUNTARY CARBON MARKET: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW DENGAN METODE PRISMA	147

PERAN MEDIA SOSIAL DAN MANAJEMEN DALAM MENDORONG KESUKSESAN PARA TENANT MARKET IN VOL. 3.....	149
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI APLIKASI MAMIKOS .	150
PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI.....	151

KOLABORASI AKTOR POTENSIAL MELALUI DIGITAL CREATIVE TEAM DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA BAHARI BOWELE KABUPATEN MALANG

Reza Safitri^{1*}, Rachmat Kriyantono², Edi Dwi Cahyono³, Lestari Eko Wahyudi⁴ Universitas
Brawijaya¹²³⁴
reza.fp@ub.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa stakeholder potensial dan membentuk kolaborasi dalam pengelolaan wisata bahari Bowele di Kabupaten Malang.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini dirancang menggunakan desain kualitatif dengan metode wawancara dan FGD kepada Pokdarwis Desa Purwodadi. Data didapatkan menggunakan wawancara secara campuran kepada Pokdarwis, Perwakilan Pengurus Desa, dan perwakilan remaja. Analisis data digunakan dengan pendekatan *cooperative inquiry*.

Temuan: Analisa stakeholder potensial terdiri dari stakeholder struktural dan non struktural. Stekeholder struktural terdiri dari Pokdarwis (Kelompok Masyarakat Sadar Wisata) dan beberapa pengurus Desa Purwodadi, sedangkan stakeholder non struktural terdiri dari masyarakat yang secara tidak langsung berhubungan dengan pengembangan wisata yakni UMKM, remaja yang berada di wilayah pantai Bowele (Bolu-Bolu, Wediawu, dan Lenggoksono), dan para konten kreator lokal dari Desa Purwodadi. Pemetaan stakeholder pontensial tersebut merupakan suatu inisiasi untuk membentuk *digital creative team*, yang selanjutnya diikuti workshop pelatihan produksi konten digital untuk promosi wisata berkelanjutan.

Keterbatasan Penelitian: Keterbatasan penelitian meliputi cakupan sampel yang hanya berfokus pada pengelolaan wisata bahari Bowele di Malang, sehingga hasil tidak dapat digeneralisasi pada sektor wisata lain. Pendekatan yang kami gunakan dengan menganalisa stakeholder potensial perlu adanya monitoring berkala untuk mengetahui dampak dan keikutsertaan *digital creative team* dalam jangka panjang.

Implikasi Penelitian: Pembentukan *digital creative team* menunjukkan kolaborasi aktor potensial yang terdiri dari beberapa generasi dapat dibentuk sebagai wadah sharing terkait penggunaan media promosi digital yang kekinian. Dalam pengelolaan lokasi wisata selain promosi, juga perlu adanya kolaborasi pengelolaa fasilitas. Sehingga promosi digital dapat menjadi sarana penyebaran informasi yang membantu wisatawan.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian yakni studi ini dilakukan eksploraasi dalam pembentukan aktor potensial yang terdiri dari beberapa elemen masyarakat. Melalui *digital creative team* sebagai wadah baru memberikan wawasan bagi pengelola untuk melakukan branding dan promosi yang efektif, serta memproduksi konten digital yang menarik sehingga meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas wisatawan ke Bowele serta secara tidak langsung memberikan dampak manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Kata kunci: *Digital Creative, Kolaborasi Aktor, Tourism Village, Tourism Promotion*

PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK, DAN E-WOM TERHADAP NIAT PEMBELIAN (STUDI PADA MEREK ATOMY)

Jonah Adriel Swanto¹ Elisabet Dita Septiari²
Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹²
200325476@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, pengetahuan produk, dan E-WOM terhadap niat pembelian produk Atomy di Indonesia.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode **kuantitatif** dengan metode kuesioner pada 220 responden. Data dikumpulkan melalui kuisiioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan Menggunakan **Statistical Package for Social Sciences (SPSS)** untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian, sedangkan pengetahuan produk dan E-WOM berpengaruh signifikan positif terhadap niat pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa merek Atomy lebih efektif mengetahui tentang produk tersebut dan mencari ulasan pada produk tersebut secara online.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini tidak ada hubungan variabel lebih kompleks seperti moderasi atau mediasi. Produk yang diteliti mencakup semua Atomy tanpa pemisahan spesifik. Citra Merek Atomy tidak menggambarkan kuisiioner citra merek dibandingkan dengan pengetahuan produk dan E- WOM. pengetahuan produk dan e-WOM menarik konsumen Atomy dibanding citra merek.

Implikasi Penelitian: bagi Perusahaan harus meningkatkan pengetahuan produk dan memperkuat E-WOM dapat lebih efektif dalam meningkatkan niat pembelian dibandingkan hanya membangun citra merek. Bagi penelitian selanjutnya harus mengeksplorasi peran moderasi/mediasi atau membatasi penelitian pada jenis tertentu.

Orisinalitas: Fokus pada merek Atomy di Indonesia dengan analisis E-WOM, citra merek, dan pengetahuan produk secara simultan. Merek Atomy dan membership masih jarang diteliti dalam konteks organisasi di negara berkembang. Dengan demikian studi ini memberikan wawasan baru di bidang manajemen pemasaran.

Kata kunci: Atomy, Citra Merek, Pengetahuan Produk, E-WOM, Niat Pembelian

MENGUNGKAP MISTERI BLIND BOX: BAGAIMANA KETIDAKPASTIAN MEMPENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN

Davina Anabelle Tan¹ dan Api Adyantari² Univeritas
Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}
231227510@students.uajy.ac.id

ABSTRACT

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketidakpastian dalam blind box terhadap perilaku pembelian impulsif dengan meneliti peran nilai fungsional, nilai emosional, dan nilai sosial sebagai mediator dalam keputusan pembelian konsumen. Elemen ketidakpastian dalam blind box semakin populer dan dapat memicu dorongan emosional serta sosial yang signifikan, sehingga penting untuk memahami dampaknya terhadap perilaku konsumsi.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei daring. Data diperoleh dari 294 responden yang memiliki pengalaman membeli blind box, namun hanya 185 data yang layak dianalisis setelah proses penyaringan. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antara ketidakpastian dan perilaku pembelian impulsif, dengan mempertimbangkan peran nilai fungsional, emosional, dan sosial sebagai mediator.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakpastian berpengaruh signifikan terhadap nilai fungsional dan nilai emosional tetapi tidak terhadap nilai sosial. Sementara itu, perilaku pembelian impulsif terbukti dipengaruhi oleh nilai emosional dan nilai sosial namun tidak oleh nilai fungsional. Ketiga nilai tersebut juga tidak memediasi hubungan antara ketidakpastian dan perilaku pembelian impulsif. Dengan demikian, keputusan pembelian impulsif lebih banyak dipicu oleh kesenangan dan citra sosial bukan manfaat praktis dari produk.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada konteks blind box, dengan sampel yang didominasi oleh konsumen muda, serta hanya menggunakan lima variabel utama. Hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke produk lain yang tidak memiliki elemen ketidakpastian. Penelitian lanjutan disarankan untuk menambahkan variabel seperti consumption purpose guna memperkaya pemahaman terhadap perilaku impulsif dalam konteks serupa.

Implikasi Penelitian: Secara praktis, hasil ini membantu perusahaan merancang strategi pemasaran berbasis kejutan. Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang pengaruh ketidakpastian dalam keputusan pembelian.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi unik dengan mengeksplorasi bagaimana ketidakpastian dalam blind box memicu perilaku pembelian impulsif, memperkenalkan perspektif baru tentang peran kejutan dalam pemasaran.

Kata kunci: Blind box, ketidakpastian, nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, perilaku pembelian impulsive

DEMI DIA, AKU BELI SEMUA: PARASOCIAL INTERACTIVITY DAN IMPLUSIVE BUYING DALAM DATING GAME SIMULATION

Melindawati Mandalie¹, Api Adyantari², Universitas
Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}
231227507@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Industri mobile gaming telah menjadi salah satu kontributor utama dalam ekonomi digital, dengan pertumbuhan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Dating Game Simulation merupakan salah satu genre yang semakin populer, didorong oleh perkembangan teknologi dan perubahan tren konsumsi game. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Parasocial Interactivity dan Content Quality terhadap Impulsive Buying, dengan loyalitas terhadap game atau karakter dalam game sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan tersebut.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data yang dikumpulkan melalui survei online terhadap 250 responden yang merupakan pemain Dating Game Simulation. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antara variabel independen, mediasi, dan dependen.

Temuan: Penelitian ini dapat membuktikan bahwa Parasocial Interactivity dan Content Quality memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku Impulsive Buying dalam Dating Game Simulation. Parasocial Interactivity membuat pemain merasa lebih terhubung dengan karakter dalam game, sementara Content Quality meningkatkan daya tarik serta pengalaman pengguna. Loyalitas terhadap game atau karakter berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara Parasocial Interactivity dan Content Quality dengan Impulsive Buying. Pemain yang lebih loyal cenderung terdorong melakukan pembelian impulsif untuk mempertahankan keterlibatan mereka dalam game. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana Parasocial Interactivity, Content Quality, dan Loyalty pemain membentuk Impulsive Buying dalam Dating Game Simulation.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini berfokus hanya pada pemain Dating Game Simulation dan menggunakan metode survei online, yang berpotensi menyebabkan bias dalam pengukuran. Selain itu, karena penelitian ini berfokus pada genre game yang spesifik, hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke genre game lainnya.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam strategi pemasaran yang lebih efektif dalam industri game. Dengan memahami Parasocial Interactivity dan Content Quality, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pemain, yang pada akhirnya dapat memicu perilaku Impulsive Buying dalam game.

Orisinalitas: Penelitian ini berkontribusi dalam memahami fenomena perilaku konsumsi dalam industri game, khususnya bagaimana Parasocial Interactivity dan Content Quality mendorong Impulsive Buying, dengan loyalitas terhadap game sebagai variabel mediasi. Studi ini menawarkan perspektif baru dalam pemasaran digital dan perilaku konsumen dalam game, sebuah topik yang masih minim diteliti secara akademik, terutama dalam konteks Dating Game Simulation.

Kata kunci: Dating game simulation, parasocial interactivity, content quality, loyalty towards game, impulsive buying

SEKALI COBA, AKU KETAGIHAN: *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA PHOTOBOOTH

Bernadeta Dian Fajar¹ dan Api Adyantari² Universitas
Atma Jaya Yogyakarta¹² 230327639@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Photobooth merupakan salah satu bisnis yang mampu bertahan melewati berbagai perubahan tren. Pengalaman yang didapatkan oleh konsumen ketika mengunjungi photobooth menjadi salah satu indikator yang membuat konsumen mempertimbangkan keputusan untuk melakukan kunjungan kembali. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *experiential marketing* memengaruhi *repurchase intention* pada bisnis photobooth, dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei pada 151 orang yang pernah mengunjungi. Data dikumpulkan melalui kuisioner dan akan dianalisa dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) PLS untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian ini menunjukkan *Experiential marketing* yang meliputi *sense* (stimulasi panca indra), *feel* (ikatan emosional, *act* (aksi pelanggan), dan *relate* (hubungan dengan citra produk) menciptakan pengalaman positif yang berkesan, mendorong *customer satisfaction* yang kemudian memberikan dorongan mempertimbangkan *repurchase intention*.

Keterbatasan Penelitian: Keterbatasan penelitian ini terletak pada model penelitian yang secara spesifik membahas photobooth sehingga tidak dapat sembarang diimplementasikan atau digeneralisasikan ke model usaha lainnya. Selain itu juga sebagian data yang tidak memenuhi standard validitas, serta responden yang merupakan warga negara Indonesia, Gen Z dan Gen Y sehingga tidak dapat digunakan untuk merepresentasikan generasi atau warga negara lain.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini secara teoritis bermanfaat menambah literatur mengenai peran dan manfaat *experiential marketing* serta menambah wawasan bagi para pelaku usaha mengenai salah satu strategi marketing, *experiential marketing*.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada model penelitian yang secara spesifik mengarah kepada photobooth, topik yang selama ini belum banyak dibahas. Padahal, jika diperhatikan, photobooth adalah bisnis yang mampu bertahan di tengah dinamika tren yang terus berubah.

Kata kunci: *Experiential Marketing, Repurchase Intention, Customer Satisfaction, Photobooth*

DINAMIKA PSIKOLOGIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENJADI SOCIAL ENTREPRENEUR

Merinta Wira Ababiel¹
Universitas Surabaya¹
merintawiraa@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Tantangan di masa depan meliputi peningkatan populasi, pembangunan, dampak sumber daya terhadap lingkungan, menjadikan bisnis konvensional tidak lagi menjadi pilihan yang tepat untuk masa depan. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dinamika psikologis dalam pengambilan keputusan menjadi wirausahawan sosial yang lebih menjunjung tinggi pada nilai-nilai sosial.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif pada *founder* sekaligus CEO dari Peduly. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan analisis dokumen media digital. Data dari hasil wawancara ditranskripsi atau dideskripsikan secara verbatim, selanjutnya dikodekan untuk memperoleh informasi yang dikategorikan dan diorganisasikan ke dalam sub-sub tema, kemudian membentuk tema utama.

Temuan: Penelitian ini memperoleh empat tema utama: (1) ketahanan pribadi dan tantangan hidup. Menyoroti konflik internal antara aspirasi pribadi dan realitas sosial-ekonomi yang membatasi; (2) dinamika keluarga, motivasi, dan tujuan hidup. Menggali bagaimana ideologi keluarga menjadi pendorong utama dalam pembentukan tujuan hidup; (3) peran pendidikan, pembelajaran, dan inovasi bisnis. Mengidentifikasi bagaimana keterbatasan akses pendidikan dan teknologi menciptakan kesenjangan antara individu; (4) kolaborasi, kemitraan, dan kepemimpinan. Menunjukkan usaha mengatasi keterbatasan, dengan berkolaborasi dan menjalin kemitraan dengan pihak lain yang dapat menjadi kunci utama untuk menciptakan peluang baru.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada sampel penelitian yang hanya menggunakan satu orang partisipan seorang *sociopreneur*, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi secara luas pada model *entrepreneur* yang lain. Selain itu, pendekatan kualitatif yang digunakan tidak menggali aspek statistik atau data akurat yang lebih mendalam terkait praktik apakah visi dan misi dari kewirausahaan sosial telah dilaksanakan dalam perusahaan.

Implikasi Penelitian: Implikasi dalam penelitian ini, bahwa perusahaan perlu mengembangkan kebijakan dan program pendukung yang lebih spesifik agar dampak terhadap masyarakat dapat lebih merata. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai kewirausahaan sosial dalam konteks yang relevan dengan lingkungan sosial Indonesia. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pengembangan kebijakan dan program pendukung tumbuhnya *sociopreneur* yang baru.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada literatur mengenai kewirausahaan sosial, yang masih sangat jarang diteliti dalam konteks yang relevan dengan budaya dan lingkungan sosial Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bagi akademisi dan praktisi dalam bidang kewirausahaan sosial.

Kata kunci: *studi kasus, kewirausahaan sosial, dinamika psikologis, motivasi intrinsik, dampak sosial.*

ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PAJAK KARBON MENGUNAKAN PELABELAN VADER

Albertus Zico Novafiano Sugirianto¹, Angelina Salim², Yohanes Mario Pratama, S.E., M.Acc.³
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
230427634@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat terhadap adanya kebijakan baru, yaitu pajak karbon menggunakan analisis sentimen. Persepsi masyarakat terhadap pajak karbon disampaikan melalui media sosial, terutama di Twitter (X). Sehubungan dengan masalah pajak dan kebijakan lingkungan internasional, pajak karbon baru-baru ini telah diintegrasikan ke dalam sistem pendapatan beberapa negara. Pajak karbon adalah pajak yang dibebankan kepada perusahaan yang melebihi batas emisi karbon yang diizinkan untuk diproduksi. Tujuan dari pajak ini adalah untuk menciptakan insentif bagi bisnis untuk mengurangi polusi dan menggunakan energi yang lebih bersih. Pengenaan pajak karbon ini akan mempengaruhi keputusan para pelaku industri sehingga menjadi perdebatan di publik dan memunculkan sisi pro dan kontra di masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat bagaimana persepsi masyarakat terhadap kebijakan baru ini.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan metode analisis sentimen, yaitu VADER (Valance Aware Dictionary and Sentiment Reasoner). Data diambil dari *tweet* yang beredar di Twitter (X). Persepsi masyarakat akan diukur dengan menggunakan respons dari masyarakat terhadap hadirnya kebijakan baru mengenai pajak karbon di Indonesia.

Temuan : Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terbagi menjadi beberapa kelompok, yaitu kelompok dengan persepsi positif, persepsi negatif, dan netral. Selain itu, hasil penelitian ini cenderung mengarah ke persepsi positif yang menandakan bahwa masyarakat mendukung untuk Indonesia harus segera mengoptimalkan penggunaan pajak karbon ini.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada metode pelabelan VADER. Metode ini kurang akurat dalam konteks yang kompleks seperti memahami komentar yang berbentuk sarkasme atau kalimat yang memiliki makna mendalam.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini menimbulkan berbagai macam persepsi muncul di masyarakat yang dilihat melalui komentar di Twitter (X), bisa menjadi pertimbangan bagaimana efek pemberlakuan kebijakan ini dilihat dari sisi masyarakat.

Orisinalitas: Dalam penelitian ini metode yang diterapkan adalah VADER, sebuah metode analisis sentimen yang belum banyak digunakan dalam penelitian pajak karbon sebelumnya. Selain itu, pajak karbon belum diterapkan secara luas sehingga penelitian terhadap persepsi masyarakat tidak sering dilakukan.

Kata kunci: *Analisis Sentimen, Pajak Karbon, UU Nomor 7 Tahun 2021, Persepsi Masyarakat, Pelabelan VADER*

PIXEL OF CHANGE : INVESTIGATING THE EQUITABLE IMPACT OF DIGITALIZATION TOWARDS THE HUMAN DEVELOPMENT INDEX OF TEN ASIAN NATIONS

Matthew Kartawinata¹, Yuvensius Sri Susilo², Vica Tendenan³ Universitas
Atma Jaya Yogyakarta¹²³
mattykarta@gmail.com

ABSTRACT

Objective: Asia is home to some of the world's fastest-growing online populations, yet the region also exhibits stark digital divides. This paper asks whether accelerated digital take-up which is measured by mobile subscriptions, Internet use and ICT trade, translates into tangible gains in human development, or whether gaps in governance and income mute those "digital dividends."

Research Methodology and Design : A country-fixed-effects panel model is estimated for ten Asian economies (India, Indonesia, China, Singapore, Japan, South Korea, Vietnam, Thailand, Malaysia and the Philippines) over 2003-2023. Driscoll–Kraay heteroskedasticity and autocorrelation-consistent standard errors are employed to deal simultaneously with heteroskedasticity, serial correlation and cross-sectional dependence. The Human Development Index (HDI) is regressed on: the log of mobile-cellular subscriptions (LN_MOBILE), Internet penetration (INTERNET), ICT imports (ICT), government effectiveness (GOV) and real income per capita (LN_INCOME). Cross-section fixed-effects estimates are used to gauge country-specific deviations.

Results : The model explains roughly 87 percent of within-country variation in HDI. Mobile connectivity ($\beta \approx 0.00021$, $p < 0.01$), Internet use ($\beta \approx 0.00061$, $p < 0.001$) and income ($\beta \approx 0.0033$, $p < 0.001$) have positive and statistically significant effects on human development. ICT imports and government effectiveness display the expected positive signs but are not significant at the 5 percent level, suggesting that imported hardware and institutional quality alone do not raise welfare unless broad digital access is in place. Cross-section intercepts reveal marked heterogeneity: Singapore, Japan and South Korea record large positive country effects, whereas India, Indonesia, Vietnam and the Philippines show negative ones, underscoring persistent infrastructure and inclusivity gaps.

Research Limitation: The sample covers only ten Asian economies; results may not generalise to regions with different institutional or income profiles. The macro-panel design captures correlations rather than strict causality, and it omits potentially important channels such as education spending or health infrastructure.

Research Implication: Universal digital access remains the most reliable lever for human-development progress. However, complementary policies, particularly in governance reform and industrial upgrading are needed to unlock the full returns to ICT investment and to avoid a "digital-paradox" in which connectivity rises faster than welfare.

Originality : The study combines a 20-year macro panel, Driscoll–Kraay inference and country-specific fixed effects to isolate how core digital-access indicators and governance jointly shape human-development outcomes in a diverse Asian context.

Keywords: *Digitalization, Human Development Index, Fixed Effect Data Panel, Asia*

PENGARUH *FRAUD HEXAGON THEORY* TERHADAP KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)

Louisa Puspa Jelita¹, Yohanes Mario Pratama, S.E., M.Acc.²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹²
louisapuspa@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *fraud hexagon theory* yang terdiri dari tekanan, peluang, rasionalisasi, kapabilitas, arogansi, dan kolusi terhadap kecurangan laporan keuangan pada perusahaan sektor *basic materials*. Kecurangan laporan keuangan menimbulkan dampak kerugian yang signifikan bagi perusahaan dan bagi pihak eksternal. Maka dari itu, *fraud hexagon theory* digunakan untuk mendeteksi kecurangan laporan keuangan agar perusahaan dapat mengambil tindakan preventif untuk mencegah terjadinya kecurangan tersebut.

Desain dan Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode analisis data sekunder pada perusahaan sektor *basic materials* yang terdaftar di BEI pada periode 2020 hingga 2023. Analisis data penelitian menggunakan uji regresi logistik untuk menguji pengaruh keenam faktor *fraud hexagon theory* terhadap kecurangan laporan keuangan.

Temuan: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tekanan yang diproksikan dengan *financial target* berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan. Sementara itu, peluang yang diproksikan dengan *ineffective monitoring*, rasionalisasi yang diproksikan dengan *change in auditor*, kapabilitas yang diproksikan dengan *no change in director*, arogansi yang diproksikan oleh *political connection*, dan kolusi yang diproksikan dengan *related party transaction* tidak berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada pemilihan proksi yang tepat untuk memproksikan variabel independen sesuai dengan *fraud hexagon theory* dan berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan. Lima dari enam variabel independen pada penelitian ini tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Masih banyak pilihan proksi di luar penelitian yang mungkin lebih menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dibandingkan proksi yang digunakan pada penelitian ini. Keterbatasan lainnya yaitu terdapat perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangannya sehingga mengurangi sampel penelitian ini.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini dapat digunakan oleh investor dalam mempertimbangkan investasi pada suatu perusahaan dengan cara memperhatikan angka rasio *Return on Asset (ROA)*, karena rasio ROA yang terlihat terlalu tinggi dan tidak masuk akal disinyalir adanya manipulasi laporan keuangan. Semakin tinggi tekanan yang diperoleh oleh pihak manajemen melalui *financial target* berupa target laba, semakin tinggi pula dorongan untuk memanipulasi laporan keuangan. Untuk mencapai target laba, pihak manajemen cenderung memainkan memanfaatkan aset perusahaan.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada periode sampel penelitian yang lebih baru dari penelitian yang sebelumnya. Meskipun sudah ada penelitian yang menggunakan perusahaan *basic materials* sebagai sampel, tetapi penelitian ini menggunakan periode waktu yang terbaru. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk membuat tindakan preventif atau kebijakan yang paling relevan untuk mencegah terjadinya kecurangan laporan keuangan.

Kata Kunci: *Fraud, Fraud Hexagon Theory, Kecurangan Laporan Keuangan, Beneish M-Score, Basic Materials.*

DAMPAK EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI: PERAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Tya Anastasya Manullang¹, Rahma Amelia Kusumawati², Gatot Sasongko³
Universitas Kristen Satya Wacana

222021008@student.uksw.edu 222021015@student.uksw.edu gatot.sasongko@uksw.edu

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, serta menelaah peran kualitas sumber daya manusia sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pergeseran ekonomi global menuju era digital yang menuntut pemanfaatan teknologi dan peningkatan kualitas sumber daya manusia sebagai faktor penentu pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan data panel dari 34 provinsi di Indonesia selama periode 2019 hingga 2023. Data ekonomi digital diukur berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik menggunakan proporsi individu yang memiliki telepon genggam. Pertumbuhan ekonomi diukur dari laju pertumbuhan ekonomi, sementara kualitas sumber daya manusia diukur berdasarkan proporsi remaja dan dewasa usia 15 hingga 59 tahun dengan keterampilan teknologi informasi dan komputer. Teknik analisis data menggunakan analisis uji pemilihan model, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji pengaruh langsung dan tidak langsung, uji koefisien determinasi. dengan perangkat lunak StataMP17 untuk menguji hubungan antar variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun, ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas sumber daya manusia. Kualitas sumber daya manusia juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Selain itu, kualitas sumber daya manusia memediasi hubungan antara ekonomi digital dan pertumbuhan ekonomi.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan indikator yang terbatas untuk mengukur ekonomi digital dan kualitas sumber daya manusia. selain itu, tidak mempertimbangkan variabel eksternal lain seperti infrastruktur digital dan kebijakan pemerintah, yang berpotensi memengaruhi hubungan antar variabel.

Implikasi Penelitian: Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas sumber daya manusia sebagai jembatan dalam mengoptimalkan dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi.

Orisinalitas: Studi ini memberikan kontribusi empiris dengan menguji mekanisme mediasi kualitas SDM dalam hubungan antara ekonomi digital dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Kata kunci: *Ekonomi Digital, Pertumbuhan Ekonomi, Kualitas Sumber Daya Manusia, Transformasi Digital, Mediasi.*

DARI TONTONAN JADI BELANJAAN: PERAN LIVE STREAMING TIKTOK DALAM MENDORONG PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK KECANTIKAN SKINTIFIC

Ni Putu Nia Sawitri¹ dan Api Adyantari²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}
niasawitri3103@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur live streaming pada TikTok Shop terhadap pembelian impulsif konsumen, dengan fokus pada produk kecantikan merek Skintific. Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi telah mengubah cara konsumen berinteraksi dan berbelanja, salah satunya melalui platform media sosial seperti TikTok. Fitur siaran langsung di TikTok memungkinkan interaksi real-time antara penjual dan konsumen, yang berpotensi meningkatkan rasa kehadiran sosial, memberikan informasi produk secara langsung, serta menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 267 responden dari berbagai wilayah di Indonesia yang pernah menyaksikan live streaming TikTok Shop Skintific. Instrumen penelitian berupa kuesioner telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.2.9 untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian.

Temuan : Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik host live streaming secara signifikan memengaruhi kesenangan yang dirasakan, sedangkan keahlian tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Faktor seperti kegunaan produk, kemudahan pembelian, dan harga terbukti memengaruhi persepsi kegunaan. Lebih lanjut, kesenangan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap dorongan pembelian impulsif, sedangkan kegunaan yang dirasakan tidak menunjukkan pengaruh langsung. Namun, kesenangan yang dirasakan terbukti memediasi hubungan antara persepsi kegunaan dengan pembelian impulsif.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam ruang lingkup penelitian, karena hanya meneliti satu merek produk kecantikan, sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan ke kategori produk lain.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha dapat mengoptimalkan fitur live streaming dengan meningkatkan daya tarik visual dan interaksi agar menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan mendorong pembelian impulsif para konsumen.

Orisinalitas: Penelitian ini mengadaptasi teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) dalam konteks live streaming TikTok sebagai medium pemasaran digital, yang masih jarang dieksplorasi dalam literatur perilaku konsumen di Indonesia.

Kata kunci: *Live Streaming, Pembelian Impulsif, Teori S-O-R, TikTok.*

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT DAN FRUGAL LIVING TERHADAP INVESTMENT DECISION DI KALANGAN MAHASISWA PADA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Cicilia Putri Prihatiningtyas¹, Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo² Universitas Atma Jaya
Yogyakarta
ciciliaputri27@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Untuk menganalisis pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*) dan gaya hidup hemat (*frugal living*) terhadap keputusan investasi mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Mahasiswa, sebagai kelompok yang relatif baru memasuki dunia keuangan, seringkali menghadapi tekanan baik dari tren sosial maupun kebutuhan finansial jangka panjang. Mahasiswa terkadang terjebak pada FOMO karena pesatnya media sosial namun terhimpit pendapatan yang masih bergantung kepada orangtua sehingga harus melakukan *frugal living*. Dengan dua kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana faktor psikologis, seperti perasaan takut ketinggalan peluang investasi, serta kebiasaan hidup hemat, memengaruhi pola perilaku investasi yang diambil oleh mahasiswa.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan survei dengan menyebarkan *google form* secara online. Sampel terdiri dari 117 mahasiswa yang dipilih secara acak. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan SPSS versi 25, termasuk uji deskriptif, uji normalitas, dan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan investasi.

Temuan : Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa FOMO dan *frugal living* mempengaruhi keputusan investasi mahasiswa di Yogyakarta. Hasil yang tersedia memperlihatkan bahwa FOMO membuat mahasiswa lebih cenderung mengikuti tren investasi meskipun kurang pengetahuan, sementara *frugal living* membuat mereka lebih berhati-hati dan memilih investasi yang stabil.

Keterbatasan Penelitian: Keterbatasan utama penelitian ini adalah sampel yang hanya melibatkan 117 mahasiswa di Yogyakarta, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi. Selain itu, penggunaan kuesioner dapat dipengaruhi oleh bias sosial, dan penelitian ini hanya fokus pada FOMO dan *frugal living* tanpa mempertimbangkan faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan investasi.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pembuat kebijakan tentang pentingnya meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa, terutama terkait dengan pengaruh FOMO dan *frugal living* terhadap keputusan investasi. Penelitian ini dapat membantu institusi keuangan dalam merancang program edukasi yang lebih efektif untuk memfasilitasi keputusan investasi yang bijak bagi generasi muda.

Orisinalitas: Penelitian ini menggabungkan FOMO dan *frugal living* dalam menganalisis keputusan investasi mahasiswa, yang jarang diteliti bersama. Pengaruh kedua faktor tersebut terhadap perilaku investasi mahasiswa di Yogyakarta diharapkan memberikan wawasan baru dalam teori perilaku keuangan.

Kata kunci: FOMO, *frugal living*, Keputusan Investasi, Daerah Istimewa Yogyakarta, Mahasiswa/i

MEMBACA KEBAHAGIAAN MELALUI LENSE PEMBANGUNAN MANUSIA: ANALISIS DATA INDONESIA TAHUN 2014, 2017, DAN 2021

Ignatius Yudhistira Indrakusuma, Yenny Patnasari, SE., M.Si.
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
yudhis206@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari IPM serta komponen pembentuknya (rata-rata lama sekolah, usia harapan hidup, dan pengeluaran per kapita) terhadap indeks kebahagiaan di Indonesia tahun 2014, 2017, dan 2021.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini dilakukan pada 33 provinsi di Indonesia tahun 2014, 2017, 2021 dengan menggunakan dua model penelitian serta tiga variabel kontrol yaitu pertumbuhan ekonomi, persentase penduduk miskin, dan TPT. Pada model pertama menggunakan variabel indeks kebahagiaan sebagai variabel dependen serta variabel IPM sebagai variabel independennya. Pada model kedua digunakan variabel dependen yang sama serta variabel rata-rata lama sekolah, variabel umur harapan hidup, dan variabel pengeluaran per kapita sebagai variabel independennya. Semua data dalam penelitian ini bersifat sekunder yang diperoleh dari BPS dan diolah dengan menggunakan *EViews 12*. Selain itu digunakan pula variabel *dummy* dalam bentuk notasi angka 0 dan 1.

Temuan : IPM serta rata-rata lama sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks kebahagiaan. Sedangkan umur harapan hidup, variabel pengeluaran per kapita tidak berpengaruh signifikan terhadap indeks kebahagiaan. Adanya pandemi Covid-19 membawa pengaruh juga secara positif dan signifikan terhadap kebahagiaan seseorang terutama tahun 2021.

Keterbatasan Penelitian : Penelitian ini memiliki keterbatasan utama pada ketersediaan data untuk variabel dependen yaitu indeks kebahagiaan yang hanya dikeluarkan dalam kurun waktu tiga tahun sekali saja sehingga menjadi sulit untuk menganalisis kebahagiaan masyarakat secara rinci dan dalam jangka waktu yang panjang.

Implikasi Penelitian : Kondisi ini menggambarkan bahwa pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakannya tidak boleh selalu berfokus pada peningkatan ekonomi saja tetapi juga hal-hal diluar ekonomi seperti pemerataan kualitas pendidikan dan peningkatan layanan kesehatan dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat.

Orisinalitas : Penelitian ini tidak hanya melihat pengaruh dari IPM terhadap indeks kebahagiaan saja tetapi juga mengidentifikasi diantara tiga komponen pembentuk IPM (rata-rata lama sekolah, usia harapan hidup, dan pengeluaran per kapita) yang memberikan pengaruh paling signifikan terhadap indeks kebahagiaan. Selain hal tersebut adanya penggunaan variabel *dummy* juga menjadi poin orisinalitas dari penelitian ini karena tentunya dapat memberikan perspektif dan wawasan baru serta mendalam bagi para pembaca.

Kata Kunci : Indeks Kebahagiaan, IPM, Rata-Rata Lama Sekolah, Umur Harapan Hidup, Pengeluaran per Kapita.

THE EFFECT OF FRUGAL LIVING ON INVESTMENT DECISION MAKING WITH FINANCIAL SELF-EFFICACY AS MODERATOR

Kezia Callista Odelyn Sinugroho¹, Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

private.kezia.sie@gmail.com

ABSTRACT

Objective : The objective of this study is to examine the role of financial self-efficacy in moderating the effect of frugal living on investment decisions among students. As students often face financial constraints and are influenced by both psychological factors and financial habits, understanding how financial self-efficacy influences their investment decisions is crucial. This research aims to explore whether students with higher financial self-efficacy are more likely to make informed investment decisions, even while practicing frugality. By examining these dynamics, the study seeks to provide insights into how financial self-efficacy can enhance or diminish the impact of frugal living on financial decisions.

Design and Research Methodology : This research uses a quantitative approach with a survey design to analyze the role of financial self-efficacy in moderating the effect of frugal living on investment decisions among 117 students in Yogyakarta. Data will be collected via a structured questionnaire and analyzed using SPSS version 25, including validity and reliability tests, descriptive statistics, normality tests, and multiple regression analysis to assess the moderating effect.

Result : This study found that Frugal Living has a positive and significant effect on Investment Decisions among students in Yogyakarta. However, Financial Self-Efficacy was not found to moderate the relationship between Frugal Living and Investment Decisions, indicating that frugal habits play a more dominant role in shaping investment choices.

Limitation: The limitations of this study include the small sample size of 117 students from Yogyakarta, which may not be representative. The use of self-reported data may lead to response bias, and the focus on frugal living and financial self-efficacy excludes other factors that could influence investment decisions. Additionally, the cross-sectional design limits the ability to assess changes in behavior over time.

Implication: The findings of this study suggest that promoting Frugal Living among students can significantly improve their investment decisions, highlighting the importance of financial discipline in shaping long-term financial behaviors. Additionally, the lack of moderation by Financial Self-Efficacy indicates that fostering practical financial habits may be more influential than simply boosting students' confidence in their financial abilities.

Originality: The originality of this research lies in the combination of two factors, financial self-efficacy and frugal living, that are rarely studied together in the context of student investment decisions. This study offers a new contribution by exploring the role of financial self-efficacy as a moderator in the relationship between frugal living and student investment decisions, which has not been extensively examined in previous literature.

Keyword: Frugal living, Financial Self-Efficacy, Investment Decision, Yogyakarta, Student.

KUALITAS LINGKUNGAN HIDUP DI INDONESIA: DAMPAK PEMBANGUNAN MANUSIA DAN KEPADATAN PENDUDUK TAHUN 2019 - 2023

Jessica Aprilia Stephani Parapat¹, Yenny Patnasari²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹²
jessicaprilia25@gmail.com yenny.patnasari@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pembangunan manusia dan kepadatan penduduk terhadap Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH) di 34 Provinsi di Indonesia tahun 2019 -2023.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini dilakukan di 34 provinsi di Indonesia pada tahun 2019 – 2023. Adapun variabel independen yang digunakan yaitu pembangunan manusia yang diukur dengan variabel pendidikan, menggunakan rata – rata lama sekolah, variabel pengeluaran, variabel kesehatan, menggunakan angka harapan hidup dan variabel kepadatan penduduk. Variabel dependen yaitu kualitas lingkungan menggunakan data IKLH. Data bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS). Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi data panel dan diolah menggunakan *software Eviews 12*.

Temuan: Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan, pengeluaran dan kepadatan penduduk memiliki pengaruh signifikan terhadap IKLH. Pendidikan memiliki pengaruh positif terhadap IKLH sedangkan pengeluaran dan kepadatan penduduk berpengaruh negatif terhadap IKLH. angka harapan hidup tidak berpengaruh terhadap IKLH.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada periode 2019-2023, sehingga belum mencerminkan tren jangka panjang terkait kualitas lingkungan hidup di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya mempertimbangkan pembangunan manusia dan kepadatan penduduk, padahal faktor lain seperti kebijakan lingkungan dan aktivitas industri juga berpengaruh.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian ini menawarkan implikasi 1) Pendidikan yang lebih tinggi cenderung berhubungan dengan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. 2) Pengeluaran yang tinggi sering dikaitkan dengan konsumsi produk sekali pakai dan barang elektronik, yang meningkatkan volume limbah domestik dan industri, sehingga menurunkan kualitas tanah dan air. 3) Di sisi lain, kepadatan penduduk yang tinggi dapat memberikan tekanan besar terhadap lingkungan melalui peningkatan konsumsi sumber daya alam, produksi limbah, dan polusi.

Orisinalitas: Penelitian ini menganalisis hubungan pembangunan manusia dan kepadatan penduduk terhadap kualitas lingkungan di Indonesia periode 2019–2023. Dengan menggabungkan dua variabel utama, studi ini memberikan perspektif baru bagi kebijakan pembangunan berkelanjutan. Penggunaan data terbaru juga menghadirkan wawasan yang lebih relevan terkait perubahan lingkungan dan dinamika sosial-ekonomi terkini.

Kata kunci: IKLH, Rata – Rata Lama Sekolah, Pengeluaran, Angka Harapan Hidup, Kepadatan Penduduk

PENGARUH FOOD INFLUENCER TERHADAP KEINGINAN KONSUMEN UNTUK MENGUNJUNGI TEMPAT KULINER

Chua Vernand Jo¹ dan Api Adyantari² Universitas
Atma Jaya Yogyakarta¹²
230327785@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Saat ini banyak tempat kuliner menarik yang belum tersampaikan kepada masyarakat sekitar oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh atraktivitas, kepercayaan dan daya tarik food influencer terhadap konsumen untuk mengunjungi tempat kuliner yang menarik.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei pada 110 orang yang pernah menonton dan mengikuti video food influencer. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa food influencer yang atraktif, terpercaya, ahli berpengaruh positif terhadap kesenangan konsumen untuk mengunjungi suatu tempat kuliner, dengan perceived enjoyment sebagai mediator. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten yang atraktif, ahli dan kredibel dari food influencer dapat meningkatkan persepsi kesenangan konsumen terhadap pengalaman kuliner, sehingga mendorong minat mereka untuk mengunjungi tempat tersebut.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan sampel yang terbatas pada konsumen di wilayah perkotaan, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke wilayah lain dengan karakteristik demografis yang berbeda, selain itu, pendekatan kuantitatif yang digunakan tidak menggali aspek kontekstual yang lebih mendalam terkait motivasi dan preferensi konsumen dalam memilih tempat kuliner berdasarkan pengaruh food influencer.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku bisnis kuliner perlu memanfaatkan kolaborasi dengan food influencer yang atraktif, terpercaya, ahli untuk meningkatkan minat dan kesenangan konsumen dalam mengunjungi tempat makan. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif, seperti memilih influencer dengan citra yang sesuai dan konten yang kreatif. Secara teori, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai peran food influencer dalam membentuk perilaku konsumen, khususnya dalam konteks industri kuliner dan pariwisata.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada eksplorasi peran perceived enjoyment (persepsi kesenangan) sebagai mediator dalam hubungan antara keatraktifan, kepercayaan, Keahlian, dan persepsi kesenangan food influencer terhadap minat konsumen mengunjungi tempat kuliner, yang masih jarang diteliti dalam konteks industri kuliner di Indonesia.

Kata kunci: *food Influencer*, keatraktifan, kepercayaan , persepsi kesenangan, keahlian, keinginan mengunjungi.

KEMISKINAN DI PADUKUHAN PULE GUNDES 2, GUNUNG KIDUL: PENGARUH BANTUAN PEMERINTAH, FAKTOR SOSIAL EKONOMI DAN DEMOGRAFI TAHUN 2025

Airin Dwi Indriawati
Yenny Patnasari

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bantuan pemerintah berupa Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT), Program Keluarga Harapan (PKH), serta variabel Sosial Ekonomi dan Demografi terhadap kemiskinan di Padukuhan Pule Gundes 2, Kabupaten Gunung kidul.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini dilakukan di Padukuhan Pule Gundes 2 Kabupaten Gunung Kidul dengan menggunakan data primer melalui pengisian formulir kuesioner. Variabel independen yang digunakan adalah bantuan pemerintah yaitu BPNT dan PKH, adapun untuk variabel Sosial Ekonomi dan Demografi yang digunakan adalah Usia Kepala Keluarga, Jenis Pekerjaan Kepala Keluarga, Jenis Kelamin Kepala Keluarga, Pendidikan Kepala Keluarga, dan *Dependency Ratio*. Variabel dependen yang digunakan adalah kemiskinan, menggunakan data pendapatan rumah tangga. Alat analisis yang digunakan adalah regresi dummy dengan bantuan *software Eviews 10*.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa bantuan pemerintah yaitu BPNT dan PKH berpengaruh terhadap kemiskinan. Variabel Sosial Ekonomi dan Demografi yaitu Usia Kepala Keluarga, Jenis Kelamin Kepala Keluarga, Pendidikan Kepala Keluarga, dan *Dependency Ratio* berpengaruh terhadap Kemiskinan, sedangkan Jenis Pekerjaan Kepala Keluarga tidak berpengaruh secara signifikan.

Keterbatasan Penelitian: Keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan wilayah penelitian yang relatif terbatas, yaitu hanya satu padukuhan. Sehingga hasil penelitian tidak dapat menentukan perubahan yang kompleks mengenai pengaruh kemiskinan.

Implikasi Kebijakan: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bantuan pemerintah seperti BPNT dan PKH memiliki implikasi positif terhadap penanggulangan kemiskinan khususnya di Padukuhan Pule Gundes 2. Faktor demografi juga memiliki implikasi yang signifikan terhadap kemiskinan. Tingginya *Dependency Ratio* dapat mengurangi kemampuan rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan dasar dan meningkatkan risiko kemiskinan.

Orisinalitas: Data penelitian ini dikumpulkan secara langsung dari responden yaitu rumah tangga melalui kuesioner, sehingga memastikan data yang diperoleh lebih akurat dan relevan. Selain itu kombinasi variabel yang digunakan memberikan perspektif yang lebih holistik untuk memahami kemiskinan

Kata Kunci: Kemiskinan, BPNT, PKH, Sosial Ekonomi, Demografi, Regresi Dummy

PENGARUH *ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG)* TERHADAP KINERJA KEUANGAN BUMN: PERAN KEBERAGAMAN GENDER SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Elma Fitriana¹, Sri Hartoko²
Universiata Sebelas Maret¹²
elmafitriana1212@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Environmental, Social, and Governance (ESG) terhadap kinerja keuangan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia pada tahun 2022. Selain itu, penelitian ini juga menguji peran keberagaman gender sebagai variabel moderasi dalam hubungan ESG dan kinerja keuangan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi sederhana untuk menguji hubungan antara ESG dan Return on Assets (ROA) sebagai indikator kinerja keuangan. Selain itu, digunakan Moderated Regression Analysis (MRA) untuk menganalisis apakah keberagaman gender memoderasi hubungan ESG dan ROA. Data ESG diperoleh dari BGK Foundation, sedangkan data keuangan BUMN diperoleh dari laporan keuangan perusahaan pada tahun 2022.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa ESG berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA), yang mengindikasikan bahwa semakin baik skor ESG suatu perusahaan, semakin tinggi tingkat profitabilitasnya. Selain itu, keberagaman gender juga memiliki pengaruh negatif terhadap ROA, yang menunjukkan bahwa peningkatan proporsi gender dalam struktur perusahaan tidak serta-merta meningkatkan profitabilitas. Hasil MRA menunjukkan bahwa keberagaman gender tidak memoderasi hubungan antara ESG dan kinerja keuangan, sehingga dalam penelitian ini gender tidak berfungsi sebagai moderasi homogliser.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada data ESG yang diperoleh dari BGK Foundation, sehingga temuan dapat berbeda jika sumber data atau metode pengukuran ESG lainnya digunakan. Selain itu, penelitian ini hanya mencakup BUMN di Indonesia pada tahun 2022, sehingga generalisasi hasil ke sektor lain atau periode waktu yang berbeda perlu dikaji lebih lanjut.

Implikasi Penelitian: Temuan penelitian ini memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi ESG yang tidak hanya berorientasi pada keberlanjutan tetapi juga mempertimbangkan dampaknya terhadap kinerja keuangan. Selain itu, hasil penelitian ini menyoroti bahwa meskipun keberagaman gender penting dalam aspek sosial dan tata kelola perusahaan, dampaknya terhadap profitabilitas masih perlu dikaji lebih dalam, terutama dalam konteks perusahaan milik negara.

Orisinalitas: Penelitian ini memiliki keunikan dalam penggunaan BGK Foundation sebagai sumber skor ESG, yang belum banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya. Dengan menggunakan data dari BGK Foundation, penelitian ini memberikan perspektif baru dalam menganalisis hubungan antara

ESG dan kinerja keuangan di sektor BUMN. Selain itu, penelitian ini turut berkontribusi dalam memperkaya literatur mengenai peran keberagaman gender sebagai variabel moderasi dalam kaitannya dengan keberlanjutan dan profitabilitas perusahaan.

Kata kunci: *Environmental, Social, and Governance (ESG), kinerja keuangan, Return on Assets (ROA), keberagaman gender, Badan Usaha Milik Negara (BUMN).*

PENGARUH PRAKTIK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA BERKINERJA TINGGI TERHADAP KOMITMEN AFEKTIF, KESIAPAN PERUBAHAN, DAN KINERJA KARYAWAN DENGAN DIMODERASI BUDAYA HIERARKI

Christopher Chandra¹, Theresia Agung Maryudi Harsiwi²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹, Universitas Atma Jaya Yogyakarta²
210326146@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh praktik Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) berkinerja tinggi terhadap komitmen afektif dan kinerja karyawan, pengaruh komitmen afektif terhadap kesiapan perubahan, serta pengaruh kesiapan perubahan terhadap kinerja karyawan. Pada akhirnya melihat peran budaya hierarki dalam memoderasi pengaruh praktik MSDM berkinerja tinggi terhadap komitmen afektif karyawan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan *purposive sampling* yang melibatkan 170 karyawan tetap dari berbagai seksi sebagai sampel penelitian. Peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji keterkaitan variabel-variabel penelitian.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan praktik MSDM berkinerja tinggi berpengaruh signifikan dan positif terhadap komitmen afektif dan kinerja karyawan. Komitmen afektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap kesiapan perubahan, dan kesiapan perubahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan. Selain itu, budaya hierarki terbukti memoderasi pengaruh praktik MSDM berkinerja tinggi terhadap komitmen afektif. Temuan ini mengindikasikan penerapan MSDM berkinerja tinggi dapat meningkatkan keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi, yang pada akhirnya mendorong kesiapan perubahan dan meningkatkan kinerja karyawan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini membahas praktik MSDM berkinerja tinggi yang sangat mungkin tidak dipahami oleh semua tingkatan karyawan, khususnya yang tidak berkecimpung di bidang pengelolaan SDM, sehingga bias penelitian dapat terjadi saat berbagai tingkatan karyawan diminta menilai praktik MSDM berkinerja tinggi dan dampaknya pada variabel penelitian lainnya.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan keterkaitan praktik MSDM berkinerja tinggi dengan komitmen afektif, kesiapan perubahan, dan kinerja karyawan. Sekaligus mengkonfirmasi peran budaya hierarki dalam merespon perubahan serta memperkuat atau justru menghambat efektivitas praktik MSDM berkinerja tinggi.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada eksplorasi budaya hierarki apakah dapat memainkan peran positif dalam kesiapan perubahan, juga memperkuat atau memperlemah dampak praktik MSDM berkinerja tinggi terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci: praktik MSDM berkinerja tinggi, komitmen afektif, kesiapan perubahan, budaya hierarki, kinerja karyawan.

PENGARUH *REMOTE WORKING* TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN DAN *WORK-LIFE BALANCE*: STUDI TERHADAP KARYAWAN MILENIAL DI DKI JAKARTA

Malvin Rheza Paleva¹, Theresia Agung Maryudi Harsiwi²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹, Universitas Atma Jaya Yogyakarta²
210326040@students.uajy.ac.id

ABSTRACT

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *remote working* terhadap produktivitas karyawan dan *work-life balance* pada karyawan milenial di DKI Jakarta. *Remote working* menawarkan fleksibilitas bagi karyawan dalam mengatur waktu kerja dan kehidupan pribadi, yang diharapkan dapat meningkatkan produktivitas serta keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi (*work-life balance*).

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode *purposive sampling* pada 105 karyawan milenial yang melakukan *remote working* di DKI Jakarta. Data dikumpulkan melalui survei *online* yang disebarluaskan melalui *platform* Poplite by Populix. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh *remote working* terhadap produktivitas karyawan dan *work-life balance*.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan *remote working* berpengaruh signifikan dan positif terhadap produktivitas karyawan, demikian pula *remote working* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *work-life balance* pada karyawan milenial di DKI Jakarta.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan survei *online* yang memungkinkan kuesioner tidak tersebar secara sempurna, sebab responden yang terjaring dalam penelitian ini dapat dipastikan mempunyai literasi yang tinggi terhadap teknologi informasi yang menjadi pendukung dari survei *online* ini.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan bagi generasi milenial di DKI Jakarta, penerapan *remote working* menjadi upaya untuk meningkatkan produktivitas dan *work-life balance* yang lebih baik. *Remote working* memberikan peluang fleksibilitas waktu dan lokasi, mengurangi waktu dan biaya transportasi, meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan, meningkatkan kreativitas dan kemandirian, dan meningkatkan *work-life balance*.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada eksplorasi generasi milenial yang bekerja secara *remote working*, yang jarang diteliti dalam konteks *remote working* yang mulai banyak diterapkan organisasi. Terlebih didukung karakteristik generasi milenial yang lebih melek teknologi, fleksibel dan adaptif, inovatif dan mandiri, mementingkan kesehatan mental dan fisik, dan mengedepankan *work-life balance*. Pada akhirnya, dapat memberikan kontribusi wawasan baru bagi departemen sumber daya manusia dalam menyikapi peningkatan proporsi generasi milenial yang signifikan dalam dunia kerja.

Keywords: *Remote working*, produktivitas, *work-life balance*, milenial.

ASSESSING THE EFFICIENCY OF SDG IMPLEMENTATION IN INDONESIA: A REGIONAL ANALYSIS USING THE DEA APPROACH

Billie Ariyanta Hartono, Mario Rosario Wisnu Aji
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
billieariyanta612@gmail.com

ABSTRACT

Objectives: The Indonesian government has taken practical steps to implement the SDGs through both policy formulation and execution, which directly impact society, a critical question remains: Can the effectiveness of these efforts be accurately measured to determine whether they are efficient and capable of achieving the SDG targets by 2030? Therefore, this research aims to assess whether provinces across Indonesia have reached the expected level of efficiency in pursuing key SDG goals or whether further improvements are necessary to enhance efficiency and maximize the likelihood of achieving the 2030 targets.

Research Design and Methodology: This study utilizes secondary data obtained from the Statistics Indonesia (BPS) website and the Ministry of Finance of the Republic of Indonesia. The dataset, collected in 2024, covers all 38 provinces in Indonesia, offering a comprehensive perspective on regional progress in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs). The analysis employs the Data Envelopment Analysis (DEA) method, a widely recognized approach for measuring the relative efficiency of decision-making units in converting inputs into outputs. In this study, each province serves as a decision-making unit. The selected input variables include the Human Development Index (HDI), which represents overall societal well-being, and government spending, which reflects public investment in sustainable development. The output variables include economic growth, unemployment rate, poverty rate, gender empowerment index, and environmental quality index, chosen to represent key aspects of the 17 SDGs.

Findings: This research found that several provinces in Indonesia still show inefficiencies in both policy formulation and the implementation of SDGs. This is reflected in the DEA results, which indicate that optimization is possible for both input and output oriented approaches.

Research Limitations: This study measures the efficiency of SDG implementation only based on selected input and output variables, which means it does not account for external factors that may significantly impact regional performance. Variables such as economic crises, natural disasters, or global disruptions like the COVID-19 pandemic, which could affect resource allocation, policy priorities, and implementation capacity are not integrated into the analysis. Consequently, the efficiency scores may not fully reflect the real Indonesia challenges faced by different regions, potentially leading to an overestimation or underestimation of their true performance.

Research Implications: By assessing the efficiency of SDG implementation across Indonesia's provinces, this study provides valuable insights into the effectiveness of regional governments in achieving sustainable development. The findings help identify disparities in SDG progress, highlighting factors that contribute to success or hinder advancement. This research serves as a useful

reference for policymakers, enabling more strategic resource allocation and targeted interventions to enhance the efficiency of SDG-related policies. Ultimately, it contributes to Indonesia's efforts to achieve the SDG targets by 2030.

Originality: This research presents an innovative approach to sustainable development evaluation, integrating: sub-national regional analysis to capture Indonesia's geographic diversity, rigorous Data Envelopment Analysis (DEA) for quantitative efficiency benchmarking, and policy-oriented SDG assessment frameworks tailored to local governance needs.

Keywords: *Sustainable Development Goals, Indonesia, Efficiency, Data Envelopment Analysis*

ANALISIS KUALITAS LAYANAN EMPIRE XXI YOGYAKARTA: PERSPEKTIF GENERASI Z TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS

Angela Psthika Subiyakto¹
Universitas Atma Jaya
Yogyakarta¹
210326403@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari lima dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, terhadap kepuasan pelanggan serta implikasinya terhadap loyalitas pelanggan, dengan fokus pada generasi Z sebagai konsumen bioskop Empire XXI Yogyakarta.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan data diperoleh dari 311 responden generasi Z yang telah mengunjungi Empire XXI Yogyakarta. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 5 poin. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga dimensi kualitas layanan yaitu jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, dua dimensi lainnya yaitu keandalan dan daya tanggap tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Kepuasan pelanggan kemudian terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, dari kelima dimensi, hanya dimensi empati yang berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, faktor internal seperti jaminan, empati, dan bukti fisik menjadi aspek penting dalam membentuk loyalitas pelanggan bioskop.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada satu cabang bioskop dengan responden dari generasi Z, sehingga generalisasi hasil ke populasi yang lebih luas masih terbatas. Selain itu, kurangnya segmentasi usia dalam Generasi Z membuat hasil penelitian belum sepenuhnya merepresentasikan variasi persepsi dan loyalitas di dalam kelompok tersebut.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi manajemen Empire XXI untuk meningkatkan kualitas layanan pada aspek yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan tujuan membentuk loyalitas jangka panjang.

Orisinalitas: Penelitian ini menawarkan kontribusi orisinal dengan mengkaji persepsi generasi Z terhadap kualitas layanan bioskop, suatu topik yang masih jarang diteliti dalam konteks industri hiburan di Indonesia, khususnya pada segmen usia muda.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Generasi Z, Empire XXI Yogyakarta.*

SAPA, VIETNAM DI MATA GEN Z: BAGAIMANA PERILAKU PEMILIHAN DESTINASI MEMBENTUK PARIWISATA BERKELANJUTAN

Maria Gracetania Felly Setiyawan¹
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹
23027361@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi *destination choice behavior* Gen Z dalam memilih Sapa, Vietnam sebagai destinasi wisata. Penelitian ini menganalisis faktor *push* (motivasi internal) seperti eksplorasi, pencarian pengalaman estetis, dan perjalanan bermakna, dan faktor *pull*, seperti daya tarik visual, keunikan budaya, serta citra destinasi yang memengaruhi keputusan perjalanan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti peran pemasaran digital dalam membentuk persepsi wisatawan khususnya Gen Z terhadap destinasi Sapa, Vietnam.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis strategi pemasaran digital. Data dikumpulkan melalui metode survei pada Gen Z. Analisis konten media sosial juga dilakukan berkaitan dengan pariwisata di Sapa, Vietnam. Penelitian ini juga mempertimbangkan faktor citra destinasi, rekomendasi sosial, dan kemudahan akses dalam membentuk minat berkunjung.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z lebih tertarik pada destinasi yang menawarkan pengalaman autentik, estetis, dan berkelanjutan. Faktor visual dan citra destinasi yang kuat, terutama yang tersebar di media sosial, memainkan peran kunci dalam memengaruhi keputusan perjalanan konsumen Gen Z. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer*, penggunaan *storytelling* yang menarik, serta penguatan *branding digital* dapat meningkatkan daya tarik wisata Sapa, Vietnam bagi Gen Z.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada perspektif Gen Z dan hanya menggunakan satu objek amatan. Sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk kelompok wisatawan lain dan di objek lainnya. Selain itu, keterbatasan dalam jumlah responden serta cakupan analisis media sosial dapat memengaruhi kedalaman temuan yang diperoleh pada penelitian ini.

Implikasi Penelitian: Destinasi wisata seperti Sapa, Vietnam, atau destinasi lainnya perlu mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis digital dengan memanfaatkan visualisasi yang kuat, *storytelling*, serta kolaborasi dengan *influencer* untuk menarik perhatian Gen Z dan generasi lainnya. Selain itu, pariwisata berkelanjutan menjadi elemen penting yang semakin diperhitungkan dalam keputusan perjalanan konsumen. Melalui penguatan citra autentik, estetis, dan memastikan aksesibilitas yang mudah, destinasi dapat meningkatkan daya tariknya bagi wisatawan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Tourist Destination, Generation Z, Destination Choice Behavior, Marketing Strategies, Sustainable Tourism.*

TREN PARIWISATA INDONESIA: ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH DESTINASI LIBURAN KE THAILAND

Sharlene Theondra¹
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹
220326640@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *Historical Storytelling* mempengaruhi *Destination Image*, *Perceived Value*, serta *Revisit Intention* wisatawan Indonesia mengunjungi Thailand. *Historical Storytelling* merupakan salah satu bagian penting dalam memilih destinasi wisata yang memiliki sejarah yang beragam dan menarik perhatian wisatawan mancanegara.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan Kuantitatif sebagai desainnya dan mengambil data dengan melakukan survei pada 100 responden yang pernah mengunjungi Thailand. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan Skala Likert 5 Poin untuk diuji datanya. Analisis data ini menggunakan PLS-SEM (*Partial Least Square Structural Equation Modeling*) untuk menguji antar variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Historical Storytelling* berpengaruh positif secara langsung pada *Revisit Intention* yang mengindikasikan bahwa *Historical Storytelling* dapat meningkatkan wisatawan untuk kembali mengunjungi tempat wisata bersejarah seperti Thailand, sehingga hal ini berdampak pada peningkatan pariwisata domestik.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variabel yaitu *Historical Storytelling* dimana berada dalam konteks sejarah dan budaya sehingga tidak berlaku untuk jenis pariwisata lain seperti pariwisata alam atau hiburan serta tidak mempertimbangkan *Revisit Intention* dalam jangka panjangnya.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pariwisata domestik perlu meningkatkan kembali wisata-wisata yang ada di Indonesia seperti pelayanan, penjagaan pada sejarah dan budaya lokal, promosi di media sosial, narasi sejarah yang menarik dan autentik agar bisa meningkatkan pengalaman dan mendorong wisatawan untuk kembali lagi.

Orisinalitas: Penelitian ini mengkombinasikan variabel-variabel seperti *History Storytelling* dengan *Destination Image* dan *Perceived Value* sehingga membuat wisatawan lokal mengunjungi kembali (*Revisit Intention*) suatu tempat wisata.

Kata kunci: *Storytelling*, *Destination Image*, *Cultural Tourism*, *Revisit Intention*, *Perceived Value*.

KETAHANAN PANGAN DAN TINGKAT *STUNTING* DI INDONESIA TAHUN 2019-2023

Rizki Dewi Antika¹, AM. Rini Setyastuti²,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹²
211125935@students.uaajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh ketahanan pangan terhadap tingkat *stunting* di Indonesia. Disertai dengan variabel kontrol yaitu PDRB per kapita, jumlah puskesmas, jumlah penerima BPJS kesehatan kategori PBI, dan rata-rata lama sekolah wanita yang diharapkan dapat menurunkan tingkat *stunting* di Indonesia.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi data panel pada 34 Provinsi di Indonesia tahun 2019-2023. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber resmi pemerintah seperti BPS, Kementerian Kesehatan dan Badan Pangan Nasional. Analisis data menggunakan regresi data panel yang menggabungkan data *time series* dan *cross-section* sehingga dapat memberikan data yang lebih informatif, bervariasi, dan akurat.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketahanan pangan, jumlah puskesmas, rata-rata lama sekolah wanita tidak berpengaruh terhadap penurunan tingkat *stunting* di Indonesia. Tetapi variabel PDRB per kapita dan jumlah penerima BPJS kesehatan kategori PBI berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat *stunting*, yang berarti peningkatan pendapatan daerah dan akses layanan kesehatan berkontribusi pada penurunan angka *stunting*.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam periode analisis data yang relatif singkat dan kurang mendalami efektivitas kebijakan pemerintah dalam menekan angka *stunting*, seperti gizi dan program bantuan sosial lainnya.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk menurunkan tingkat *stunting*. Temuan pengaruh PDRB per kapita dan jumlah penerima BPJS kesehatan kategori PBI terhadap *stunting* menekankan pentingnya kesejahteraan ekonomi dan akses layanan kesehatan bagi masyarakat, oleh karena itu perlu memperkuat program perlindungan sosial dan distribusi layanan kesehatan terutama daerah dengan *stunting* tinggi.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai *stunting* di Indonesia dengan menyoroti peran ketahanan pangan dan faktor ekonomi dalam menentukan tingkat *stunting*. Berbeda dari penelitian sebelumnya, studi ini menggunakan pendekatan data panel untuk menangkap dinamika perubahan *stunting* dari waktu ke waktu serta menilai dampak dari berbagai faktor dalam skala nasional

Kata kunci: *Stunting*, Ketahanan Pangan, PDRB per Kapita, Layanan Kesehatan

ANALISIS PERBEDAAN AUDIT REPORT LAG SEBELUM DAN SAAT PENERAPAN STANDAR AUDIT 701 PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Catharina Novia Kristiani Oktafia¹, Yohanes Mario Pratama²

Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹²
catharinanovia40@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penerapan Standar Audit 701 di Indonesia pada tahun 2022 dalam Laporan Auditor Independen meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap integritas laporan keuangan. Dalam praktiknya, kompleksitas identifikasi dan komunikasi *Key Audit Matters* dalam Standar Audit 701 dapat mempengaruhi waktu penyelesaian audit. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan *audit report lag* sebelum dan saat penerapan Standar Audit 701 pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data sekunder. Sampel penelitian dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria perusahaan yang telah menerbitkan laporan keuangan tahun 2019-2024 yang lengkap dan telah diaudit oleh auditor. Analisis data menggunakan Uji Wilcoxon untuk menunjukkan apakah terdapat perbedaan antara *audit report lag* sebelum dan saat penerapan Standar Audit 701.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam *audit report lag* sebelum dan saat penerapan Standar Audit 701. Rata-rata waktu penyelesaian laporan audit mengalami penurunan setelah penerapan standar, yang menunjukkan bahwa Standar Audit 701 berhasil meningkatkan efisiensi proses audit. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa terdapat perbedaan *audit report lag* sebelum dan saat penerapan Standar Audit 701.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ketersediaan data laporan keuangan tahunan perusahaan untuk tahun 2024 yang belum lengkap, sehingga membatasi jumlah sampel yang dapat diteliti.

Implikasi Penelitian: Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Standar Audit 701 tidak hanya meningkatkan transparansi laporan audit, tetapi juga dapat memperpendek waktu penyelesaian audit, yang penting bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada analisis perbandingan *audit report lag* yang belum banyak diteliti sebelumnya, serta memberikan wawasan baru mengenai dampak penerapan standar audit terhadap efisiensi proses audit di Indonesia.

Kata kunci: *Audit report lag*, Standar Audit 701, Bursa Efek Indonesia, *Key Audit Matters*, efisiensi audit.

PENGARUH THE FED DAN BITCOIN TERHADAP INDEKS TEKNOLOGI AS DAN INDONESIA

Dean Justin Ferdinand¹, Lucia Fatima Araujo², Angelina Flaviolinza Br Surbakti³ Enggar Sukma Kinanthi⁴
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹²³
231227253@students.uaajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kebijakan suku bunga The Fed dan volatilitas harga Bitcoin terhadap sektor teknologi di pasar negara maju dan berkembang, yang direpresentasikan oleh indeks Nasdaq 100 dan IDXTECHNO, selama periode 2021 hingga 2024. Tujuan utama adalah untuk memahami hubungan jangka pendek dan jangka panjang antara variabel-variabel tersebut.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan ekonometrika, menggunakan data bulanan yang diperoleh dari investing.com untuk periode 2021–2024. Variabel yang dianalisis mencakup harga Bitcoin, suku bunga acuan The Fed, indeks Nasdaq 100, dan indeks IDXTECHNO. Teknik analisis yang digunakan adalah Vector Error Correction Model (VECM) melalui Software Eviews, dilengkapi dengan Impulse Response Function (IRF) dan Variance Decomposition (VD), untuk mengidentifikasi dinamika hubungan jangka pendek dan panjang antar variabel.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa di pasar negara berkembang, sektor teknologi lebih responsif terhadap perubahan suku bunga The Fed dan pergerakan Nasdaq 100, menunjukkan ketergantungan tinggi pada likuiditas global. Sementara itu, di pasar negara maju, sektor teknologi lebih dipengaruhi oleh volatilitas harga Bitcoin, yang mencerminkan peran aset digital yang semakin signifikan dalam penilaian saham teknologi.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini dibatasi oleh periode analisis yang relatif pendek (2021–2024) dan hanya menggunakan data bulanan, yang mungkin tidak menangkap dinamika harian atau kejadian-kejadian spesifik yang berdampak besar terhadap pasar. Selain itu, fokus hanya pada dua indeks teknologi dapat membatasi generalisasi hasil.

Implikasi Penelitian: Temuan ini memberikan wawasan penting bagi investor, pembuat kebijakan, dan analis pasar dalam memahami keterkaitan antara kebijakan moneter, aset digital, dan sektor teknologi lintas pasar. Hasil ini juga berguna dalam perumusan strategi investasi dan kebijakan makroekonomi berbasis integrasi pasar.

Orisinalitas: Penelitian ini menawarkan kontribusi orisinal dengan menggabungkan analisis sektor teknologi di dua jenis pasar (maju dan berkembang) menggunakan pendekatan VECM untuk mengkaji pengaruh dari kebijakan suku bunga dan aset kripto. Fokus pada peran Bitcoin sebagai indikator penting dalam penilaian saham teknologi merupakan sudut pandang baru yang belum banyak dijelajahi dalam literatur sebelumnya.

Kata kunci: *The Fed, Bitcoin, Nasdaq 100, IDX TECHNO, VECM.*

EFEKTIVITAS MEME MARKETING DALAM MENINGKATKAN NIAT PEMBELIAN: ANALISIS MEDIASI KETERLIBATAN KONSUMEN

Olivia Magdalena Widyatmoko¹
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹
220326832@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Meme *Marketing* Netflix Indonesia pada *Consumer Purchase Intention*, dengan *Consumer Engagement* sebagai variabel pemediasi. Meme *Marketing* sebagai inovasi *content marketing*, telah menjadi sarana bagi sebuah merek untuk berinteraksi dengan konsumen.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dan melakukan survei untuk pengambilan data pada 100 responden. Responden merupakan pengguna aktif akun media sosial dan familiar dengan meme. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin. Analisis data pada penelitian ini menggunakan Analysis of Moment Structures (AMOS), dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas Meme *Marketing* pada Netflix Indonesia berpengaruh secara signifikan terhadap *Consumer Purchase Intention*, dengan *Consumer Engagement* sebagai mediator parsial. Hal ini mengindikasikan bahwa pemasaran yang inovatif dapat meningkatkan keterlibatan konsumen, sehingga berdampak pada niat beli konsumen.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada analisis keterlibatan konsumen, khususnya pada faktor demografi, yang dapat berpengaruh pada aspek Meme *Marketing* karena setiap konsumen memiliki penangkapan meme yang beragam. Sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih memahami keberagaman antar konsumen khususnya pada aspek tersebut.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa sebuah merek perlu berinovasi dalam membuat suatu *content marketing* yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan konsumen, sehingga bisa mendorong niat beli konsumen setelah mendapatkan paparan dari meme *marketing*.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas pada penelitian ini yaitu peran *Consumer Engagement* sebagai mediator dalam hubungan antara Meme *Marketing* dan *Consumer Purchase Intention*, dapat menjadi kombinasi variabel yang dapat membantu bisnis untuk meningkatkan performanya.

Kata Kunci: *Consumer Engagement, Marketing, Memes, Purchase Intention, Social Media.*

ANALISIS POLA KONSUMSI WISATAWAN DI EKOWISATA PANTAI MANGROVE DAN WISATA PANTAI BUKAN MANGROVE : PERSPEKTIF PSIKOLOGI LINGKUNGAN DAN DAMPAK EKONOMI LOKAL

Mela Yuliyanti , Dini Anggraeni, Septin Puji Astuti

Environmental Sciences, Department of Science and Technology, Universitas Islam Negeri Raden Mas
Said Surakarta

Email korespondensi: melayuliyanti2005@gmail.com

ABSTRAK

Ekowisata memiliki peran utama dalam pembangunan berkelanjutan dengan menyelaraskan konservasi lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, dan pengembangan ekonomi. Penelitian ini menganalisis perbedaan pola konsumsi pengunjung di ekowisata pantai mangrove dan wisata pantai bukan mangrove serta mengulas dari pengaruh faktor psikologi lingkungan terhadap pola konsumsi serta dampak ekonomi lokal dari aktivitas wisata di kedua jenis destinasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei kuesioner yang disebarakan kepada 50 wisatawan yang pernah mengunjungi wisata pantai mangrove dan wisata pantai bukan mangrove di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Berdasarkan hasil uji-t, variabel Psikologi Lingkungan Wisata Pantai Mangrove ($p = 0,001$) dan Psikologi Lingkungan Wisata Pantai Bukan Mangrove ($p = 0,001$) menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap persepsi wisatawan. Sebaliknya, variabel Ekonomi Lokal Wisata Pantai Mangrove ($p = 0,967$) dan Ekonomi Lokal Wisata Pantai Bukan Mangrove ($p = 0,967$) tidak menunjukkan hubungan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek psikologis lebih membedakan persepsi wisatawan dibandingkan aspek ekonomi lokal yang dinilai serupa akibat fasilitas dan pelayanan yang belum optimal. Perbedaan pola konsumsi wisata pantai mangrove dan pantai bukan mangrove di DIY terlihat dari aktivitas pengunjungnya. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah sampel dan cakupan wilayah, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas. Studi ini menekankan pentingnya pengelolaan ekowisata berbasis komunitas dengan mempertimbangkan faktor psikologi lingkungan untuk keberlanjutan ekonomi dan sosial.

Kata kunci: *Ekowisata pantai mangrove, Pola konsumsi wisatawan, Wisata pantai, Dampak ekonomi lokal*

PENGARUH KEADILAN ORGANISASIONAL TERHADAP KEBAHAGIAAN DI TEMPAT KERJA DENGAN UPAH EMOSIONAL SEBAGAI PEMEDIASI

Enrico Pepayosa Ginting¹, Theresia Agung Maryudi Harsiwi²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹, Universitas Atma Jaya Yogyakarta²
210326024@students.uaajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keadilan organisasional terhadap kebahagiaan di tempat kerja dengan upah emosional sebagai pemediasi. Upah emosional ditengarai sebagai imbalan yang tidak berbentuk uang yang diperoleh karyawan dari pekerjaannya, seperti pengakuan atas kontribusi, penghargaan atas prestasi, peluang pertumbuhan, dan keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi. Upah emosional ini mencerminkan nilai intrinsik yang diberikan perusahaan sebagai bentuk apresiasi terhadap kontribusi karyawan melebihi aspek material.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 65 karyawan suatu perusahaan yang diambil secara *purposive sampling* dengan kriteria telah bekerja minimal 1 tahun. Peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji keterkaitan antara variabel-variabel penelitian.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan upah emosional berpengaruh signifikan dan positif terhadap kebahagiaan di tempat kerja, keadilan organisasional berpengaruh signifikan dan positif terhadap upah emosional, dan keadilan organisasional berpengaruh signifikan dan positif terhadap kebahagiaan di tempat kerja. Temuan lainnya upah emosional memediasi pengaruh keadilan organisasional terhadap kebahagiaan di tempat kerja.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada pengukuran variabel keadilan organisasional dan upah emosional yang bersifat subyektif atau tergantung pada persepsi responden sebagai karyawan perusahaan. Selain itu, bukan hal yang mudah mengukur kebahagiaan di tempat kerja secara obyektif, sebab dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan, budaya organisasional, atau kesejahteraan psikologis yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya perusahaan memastikan adanya keadilan dalam distribusi sumber daya, kebijakan, dan pengambilan keputusan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan. Sekaligus manajemen perusahaan dapat menerapkan strategi penghargaan non-materi, seperti lingkungan kerja yang adil dan suportif dan transparansi komunikasi sebagai cerminan upah emosional karena dapat meningkatkan kebahagiaan di tempat kerja.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada eksplorasi upah emosional sebagai mediator pada pengaruh keadilan organisasional terhadap kebahagiaan di tempat kerja yang kurang mendapatkan perhatian perusahaan di negara berkembang dibandingkan upah finansial.

Kata kunci: *keadilan organisasional, upah emosional, kebahagiaan di tempat kerja*

PENGARUH ANGGARAN BERBASIS KINERJA DAN PENGAWASAN INTERNAL TERHADAP AKUNTABILITAS KINERJA INSTANSI PEMERINTAH KOTA SURABAYA

Alifia Kusuma Putri¹, Dyah Ratnawati²

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur¹²

21013010059@student.upnjatim.ac.id¹, dyahr.ak@upnjatim.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh anggaran berbasis kinerja dan pengawasan internal terhadap akuntabilitas kinerja instansi pemerintah Kota Surabaya. Studi ini dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana penerapan anggaran berbasis kinerja dan efektivitas pengawasan internal dapat meningkatkan transparansi dan pertanggungjawaban dalam pengelolaan kinerja instansi pemerintah.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pegawai instansi pemerintah Kota Surabaya yang terlibat dalam pengelolaan anggaran dan pengawasan kinerja. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan analisis data dilakukan melalui regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Temuan: Temuan atau hasil penelitian menunjukkan bahwa anggaran berbasis kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap akuntabilitas kinerja instansi pemerintah. Demikian pula, pengawasan internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan akuntabilitas kinerja. Kombinasi kedua variabel ini memperkuat transparansi, efisiensi, serta efektivitas dalam pengelolaan kinerja instansi pemerintah Kota Surabaya.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan wilayah yang hanya mencakup instansi pemerintah Kota Surabaya, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke daerah lain. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif tanpa eksplorasi mendalam terhadap faktor-faktor kualitatif yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pembuat kebijakan dan manajemen pemerintahan untuk lebih meningkatkan implementasi anggaran berbasis kinerja serta memperkuat mekanisme pengawasan internal guna mendorong akuntabilitas yang lebih baik dalam pengelolaan instansi pemerintah.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi orisinal dengan menyoroti hubungan antara anggaran berbasis kinerja, pengawasan internal, dan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah di tingkat daerah. Studi ini memperkaya literatur yang masih terbatas terkait implementasi kebijakan anggaran berbasis kinerja di pemerintahan daerah Indonesia.

Kata kunci: *Anggaran Berbasis Kinerja, Pengawasan Internal, Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah.*

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KINERJA KARYAWAN YANG DIMEDIASI OLEH BUDAYA ORGANISASIONAL

Maria Eliza Adiana¹, Theresia Agung Maryudi Harsiwi²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹, Universitas Atma Jaya Yogyakarta²
210326069@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan terhadap budaya organisasional, serta mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan dan kinerja karyawan. Selain itu, penelitian ingin mengetahui peran mediasi budaya organisasional pada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan *purposive sampling* yang melibatkan 58 karyawan hotel di industri hospitalitas yang mempunyai masa kerja minimal 1 tahun. Peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menguji keterkaitan antar variabel penelitian.

Temuan: Hasil penelitian ini menegaskan gaya kepemimpinan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap budaya organisasional, gaya kepemimpinan juga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan karyawan dan kinerja karyawan. Akhirnya, budaya organisasional memiliki peran mediasi pada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja serta kinerja karyawan. Temuan ini mengindikasikan gaya kepemimpinan tidak langsung meningkatkan kepuasan kerja dan kinerja karyawan, tetapi harus melalui penerapan budaya organisasional yang sesuai dahulu.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada desain *cross-sectional* yang mengambil data pada satu titik waktu dan pengumpulan data hanya dengan kuesioner, sehingga ada risiko bias subyektivitas responden, seperti *social desirability bias* atau jawaban dibuat-buat agar terlihat baik.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan gaya kepemimpinan lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan kerja dan kinerja karyawan, maka organisasi dapat mengembangkan pelatihan kepemimpinan bagi manajemen perusahaan. Selain itu, manajemen perusahaan perlu menciptakan dan memperkuat budaya organisasional yang selaras dengan gaya kepemimpinan yang diterapkan.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada pengembangan model konseptual baru yang melibatkan variabel gaya kepemimpinan, budaya organisasional, kepuasan kerja, dan kinerja karyawan dalam konteks industri hospitalitas yang sangat tergantung pada kepuasan pelanggan dan pengalaman layanan yang berkualitas tinggi. Pemilihan industri hospitalitas ini dapat menghasilkan temuan yang dapat diterapkan dalam kebijakan organisasi, misal rekomendasi spesifik untuk meningkatkan budaya organisasional melalui gaya kepemimpinan tertentu.

Kata kunci: gaya kepemimpinan, kepuasan kerja, kinerja karyawan, budaya organisasional

PENGARUH PENGALAMAN AKADEMIK DAN JENIS KELAMIN TERHADAP PROAKTIVITAS MAHASISWA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP INDEKS PRESTASI KUMULATIF (IPK)

Lisia Apriani¹, Hansiadi Yuli Hartanto²
Universitas Sanata Dharma¹²
a_lisia@dosen.usd.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman akademik dan jenis kelamin terhadap proaktivitas mahasiswa. Disamping itu penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh proaktivitas mahasiswa terhadap Indeks Prestasi Kumulatif. Seperti yang dikemukakan dalam penelitian sebelumnya bahwa proaktivitas mempengaruhi kinerja. Pengalaman akademik ditunjukkan dengan perbedaan angkatan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei pada populasi angkatan 2020 dan 2023 mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma. Dipilihnya angkatan 2020 karena saat penelitian dilakukan angkatan tersebut merupakan angkatan yang senior dan sebagian besar mahasiswa angkatan tersebut sudah lulus, sedangkan dipilihnya angkatan 2023 karena saat pengambilan data mahasiswa angkatan 2023 tergolong masih baru. Respon rate sebesar 50 persen. Analisis data dilakukan dengan Structural Equation Modelling untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Variabel penelitian sudah memenuhi validitas dan reliabilitasnya.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa angkatan dan jenis kelamin berpengaruh terhadap proaktivitas mahasiswa, sedangkan proaktivitas ternyata tidak berpengaruh terhadap Indeks Prestasi Mahasiswa. Temuan ini menarik, berarti kalau dikaitkan dengan hubungan proaktivitas dan kinerja, IPK kurang tepat jika dikaitkan dengan kinerja. Kemungkinan kinerja yang dimaksud tidak dilihat dari keseluruhan IPK melainkan nilai untuk mata kuliah tertentu yang terkait dengan proaktivitas.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ukuran IPK yang dinyatakan dalam rentang. Mungkin hasil akan berbeda jika IPK dinyatakan dalam ukuran angka. Keterbatasan yang lain, penelitian ini hanya dalam lingkup satu prodi jadi kesimpulan tidak berlaku untuk lingkup mahasiswa yang lebih luas.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa angkatan yang semakin lama pengalaman akademiknya semakin proaktif. Bisa disimpulkan proses pembelajaran akan membuat mahasiswa lebih proaktif. Secara teoritis penelitian ini memperkaya literatur mengenai proaktivitas dalam lingkup perguruan tinggi.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada eksplorasi indikator-indikator proaktivitas dalam konteks pembelajaran di perguruan tinggi. Dengan demikian, studi ini memberikan wawasan baru bagi akademisi dan praktisi dalam lingkup perguruan tinggi.

Kata kunci: *proactivity, gender, academic experience, class of year (2020/2023), grade point average (GPA), university*

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI AI DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS: STUDI LITERATUR SISTEMATIS

A. Malik Haramain
UPN Veteran Jawa Timur
malikharamain87@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kecerdasan buatan (AI) dalam strategi komunikasi Public Relations (PR), dengan fokus pada teknologi yang digunakan, manfaat yang diperoleh, serta tantangan yang dihadapi dalam adopsinya. Kajian ini juga membandingkan tren implementasi AI dalam PR antara studi nasional dan internasional.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan menelaah sejumlah jurnal ilmiah dan laporan industri terkait AI dalam PR. Seleksi literatur dilakukan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan kategorisasi tematik, yang mencakup aspek teknologi AI yang digunakan, manfaat implementasi, tantangan yang dihadapi, serta perbandingan penerapan AI dalam PR di berbagai konteks.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI telah diterapkan dalam PR untuk meningkatkan efisiensi operasional, personalisasi komunikasi, serta pemantauan opini publik. Teknologi seperti chatbot, analitik big data, dan NLP menjadi alat utama dalam strategi komunikasi modern. Namun, penerapan AI dalam PR masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan regulasi, isu privasi data, serta kurangnya keahlian teknologi di kalangan praktisi PR.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini hanya menggunakan data sekunder dari literatur ilmiah dan tidak melibatkan data primer seperti wawancara atau survei dengan praktisi PR. Selain itu, keterbatasan bahasa dalam literatur yang dikaji dapat mempengaruhi luasnya perspektif dalam penelitian ini.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi akademisi dan praktisi PR mengenai tren dan tantangan dalam implementasi AI. Secara praktis, penelitian ini menyoroti pentingnya regulasi yang lebih jelas serta peningkatan kompetensi teknologi di kalangan profesional PR agar AI dapat diadopsi secara lebih strategis dan etis.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi dengan membandingkan implementasi AI dalam PR di tingkat nasional dan internasional melalui pendekatan studi literatur. Studi ini juga menyoroti tantangan yang masih jarang dibahas, terutama dalam konteks regulasi dan kesiapan industri PR dalam mengadopsi AI.

Kata kunci: AI, Artificial Intelligence, Kecerdasan Buatan, Public Relations, Chatbot.

PENGALAMAN KONSUMEN HINGGA LOYALITAS: STUDI EMPIRIS PERBANKAN *PHYGITAL* DI INDONESIA

Marcella Putrika Cankta Dyuti¹, Nadia Nila Sari²

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Email korespondensi : cankta.work@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengaruh langsung dan mediasi pengalaman merek konsumen, *pain points*, kualitas layanan, dan emosi konsumen selama layanan terhadap keterlibatan konsumen dan kepercayaan serta *patronage intention*. Penelitian ini juga menguji pengaruh keterlibatan konsumen dan kepercayaan terhadap loyalitas dalam konteks *phygital* perbankan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan kerangka SOR sebagai dasar untuk mendukung model terpadu yang diusulkan dalam penelitian ini.

Desain dan Metodologi Penelitian: Metode sampling dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden yang pernah menggunakan saluran online dan offline dari bank dimana mereka terdaftar di Indonesia. Survei kuesioner disebarakan kepada 311 responden yang sesuai dengan kriteria. Riset dengan metode kuantitatif dengan analisis statistik dilakukan melalui *software* SPSS dan PLS-SEM.

Temuan: Ditemukan dalam penelitian ini bahwa pengalaman merek konsumen, kualitas layanan, emosi konsumen memiliki pengaruh langsung terhadap keterlibatan konsumen. Keterlibatan konsumen memiliki pengaruh langsung dan memediasi pengaruh antara variabel independen dan dependen. Keterlibatan konsumen dan kepercayaan ditemukan dapat membangun loyalitas konsumen pada *phygital banking*. Namun, pengaruh pengalaman merek konsumen dan *pain points* tidak signifikan terhadap keterlibatan konsumen.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini mengeksplorasi bank yang ada di Indonesia yang memiliki saluran yang bervariasi secara online dan offline sehingga hasil penelitian cenderung general.

Jumlah responden yang terbatas untuk dapat merepresentasikan keseluruhan populasi dari pengguna perbankan di Indonesia dengan saluran offline dan online.

Implikasi Penelitian: Secara teoritis penelitian ini memberikan kontribusi pada studi terkait variabel pengalaman merek konsumen, *pain points*, emosi selama layanan, kualitas layanan, keterlibatan konsumen, kepercayaan, *patronage intention* dan loyalitas. Secara praktis perusahaan dengan layanan *phygital banking* dapat menggali faktor yang memengaruhi keterlibatan konsumen, kepercayaan, *patronage intention* dan loyalitas sehingga dapat menggunakannya untuk strategi penggunaan *phygital banking* yang optimal di masa depan.

Orisinalitas: Dalam konteks *phygital* tidak banyak penelitian yang menggali pengaruh variabel keterlibatan konsumen dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini juga menguji peran kepercayaan sebagai variabel mediasi antara keterlibatan konsumen dan loyalitas. Selain itu pada penelitian ini akan menggali dalam konteks perbankan Indonesia.

Kata kunci: *Consumer Brand Experience, Pain Point, Service Quality, Emotions during the Service, Customer Engagement, Trust, Patronage Intention, Brand Loyalty, Omnichannel, Phygital*

ADOPSI TEKNOLOGI CHATGPT DALAM INSTITUSI PENDIDIKAN PERSPEKTIF MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Kevin Ario Purnomo¹, Wishnu Dharma Aji², Albertus Vito Putra Arianto³, Oscar Chrismadian
Noventa, S.E., M.Sc⁴

kevinario24@gmail.com¹, ajiwishnudharma@gmail.com², vitoariano123@gmail.com³

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi ChatGPT di Yogyakarta. Studi ini mengisi tiga kesenjangan utama dalam penelitian sebelumnya. Pertama, masih minimnya kajian terkait penerapan AI dalam pengajaran dan pembelajaran di negara berkembang, terutama di Indonesia. Meskipun secara global adopsi AI dalam pendidikan telah banyak diteliti, pemahaman mengenai persepsi terhadap alat seperti ChatGPT dalam konteks ini masih terbatas. Kedua, kurangnya penelitian yang membahas infrastruktur serta kesenjangan digital yang dapat menghambat integrasi AI dalam pendidikan, terutama di lingkungan dengan sumber daya yang terbatas. Ketiga, masih sedikit studi yang menerapkan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2 untuk menganalisis adopsi AI dalam pendidikan tinggi di negara berkembang.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data dari sekitar 200 partisipan melalui kuesioner online menggunakan teknik snowball sampling. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis faktor konfirmatori dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0 guna memastikan validitas dan konsistensi internal.

Temuan: Hasil penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan infrastruktur dan pelatihan teknologi AI untuk mendorong adopsi ChatGPT dalam lingkungan pendidikan tinggi. Institusi akademik perlu menyediakan sumber daya yang memadai serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai manfaat AI dalam proses pembelajaran. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengambil kebijakan dalam merancang strategi implementasi AI yang lebih inklusif dan efektif dalam pendidikan di Indonesia.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya ukuran sampel yang terbatas pada satu fakultas dalam satu universitas, sehingga temuan ini belum dapat digeneralisasi ke konteks pendidikan tinggi secara lebih luas. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dapat membatasi pemahaman terhadap faktor-faktor yang lebih mendalam, seperti hambatan psikologis atau organisasi dalam adopsi AI.

Implikasi Penelitian: Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan infrastruktur dan pelatihan teknologi AI untuk mendorong adopsi ChatGPT dalam lingkungan pendidikan tinggi. Institusi akademik perlu menyediakan sumber daya yang memadai serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai manfaat AI dalam proses pembelajaran. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengambil kebijakan dalam merancang strategi implementasi AI yang lebih inklusif dan efektif dalam pendidikan di Indonesia.

Orisinalitas: Penelitian ini merupakan salah satu studi pertama yang menerapkan UTAUT2 dalam menganalisis adopsi ChatGPT dalam konteks pendidikan tinggi di negara berkembang, khususnya di Indonesia. Dengan mengisi kesenjangan penelitian terkait adopsi AI dalam pendidikan, infrastruktur digital, dan faktor individu, studi ini memberikan kontribusi akademis yang signifikan bagi pengembangan penelitian AI di bidang edukasi.

Kata kunci: *Adopsi Teknologi, Chat GPT, Artificial Intelligence, Institusi Pendidikan, UTAUT2, Pendidikan Tinggi*

NICHE MARKETING: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK “OATSIDE” MELALUI CERUK PASAR PRODUK PENGGANTI SUSU SAPI

Dafa Aurelia Ardiza¹

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur¹
20044010025@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang bagaimana strategi pemasaran OATSIDE dalam membangun identitas merek dan menembus ceruk pasar minuman berbasis nabati di Indonesia. Oleh karena itu, penulis akan membahas penelitian mengenai analisis strategi pemasaran produk OATSIDE yang dijelaskan menggunakan pendekatan *niche marketing*.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penulis menggunakan pendekatan dan metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan acuan konsep strategi niche marketing oleh Dalgic dan Leeuw, yang didukung oleh studi literatur yang mencakup jurnal, buku, artikel, dan pernyataan resmi, untuk dapat mendukung hasil analisis.

Temuan: Hasilnya, strategi pemasaran OATSIDE memadukan penguatan identitas merek dan brand positioning yang relevan, penggunaan platform digital, serta kolaborasi yang strategis dengan kafe-kafe untuk menyediakan produknya sebagai salah satu pilihan substitusi produk dairy, maupun sebagai add-on. Menariknya, strategi-strategi pemasaran tersebut mengindikasikan bahwa selain penargetan pencari alternatif susu sapi sebagai ceruk pasar, merek ini mengerucutkan kembali target pasar menjadi lebih spesifik, yaitu Gen-Z spesifikasi lebih lanjut dalam ceruknya.

Keterbatasan Penelitian: Ruang lingkup yang digunakan pada penelitian ini terbatas pada satu merek minuman pengganti susu, dengan mengambil contoh merek OATSIDE sebagai variabel penelitian, dengan niche spesifik minuman pengganti susu sapi. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara utuh kepada jenis produk maupun *niche* yang berbeda.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini memperkuat relevansi konsep *niche marketing*, dimana perubahan demografi di masyarakat, pesatnya perkembangan teknologi yang mendorong terciptanya produk dan layanan yang lebih terkustomisasi, hingga merosotnya loyalitas terhadap suatu merek, menjadikan pasar akan selalu berevolusi dan membutuhkan produk yang lebih dipersonalisasi, autentik, yang dapat mengakomodasi kebutuhan mereka.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada bagaimana penulis menggunakan pemasaran ceruk pasar sebagai pendekatan utama dalam menganalisis strategi pemasaran produk OATSIDE, juga strategi pemasarannya untuk menembus ceruk pasar susu alternatif pengganti susu sapi. Kedua poin ini masih belum banyak dieksplorasi dalam konteks penelitian

yang meneliti produk merek OATSIDE dan ceruk pasarnya, sehingga dapat berkontribusi literatur, khususnya pada bidang strategi pemasaran ceruk.

Kata kunci: Strategi Pemasaran; Ceruk Pasar; Produk Alternatif

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN UNIQLO DI YOGYAKARTA)

Gabriella Maharani Putri Nugroho¹, Ida Ayu Trisna Mahaputri², Oscar Chirmsadian Noventa³
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹²³

gabriellamaharanipn@gmail.com¹ trisnamahaputri@gmail.com²
oscar.chirmsadian@uajy.ac.id³

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Uniqlo di wilayah Yogyakarta. Dengan dinamika persaingan yang tinggi di industri ritel *fast fashion*, pemahaman tentang faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan menjadi kunci dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei pada 170 responden yang merupakan pelanggan Uniqlo di Yogyakarta. Pengumpulan data penelitian ini melalui kuesioner *online* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis dengan metode regresi linear sederhana melalui SPSS untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen yang diteliti.

Temuan : Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara kepuasan pelanggan serta kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas pelayanan tetap menjadi faktor penting dalam pengalaman pelanggan, loyalitas pelanggan lebih dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan persepsi terhadap kualitas produk.

Keterbatasan Penelitian : Penelitian ini mengambil sampel pelanggan Uniqlo di wilayah Yogyakarta, dengan mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, temuan dalam penelitian ini lebih relevan untuk memahami perilaku konsumen dalam kelompok demografis tersebut dan belum tentu dapat digeneralisasikan ke wilayah yang berbeda.

Implikasi Penelitian: Implikasi dari hasil ini menyoroti pentingnya peningkatan kualitas produk yang sejalan dengan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, dibandingkan hanya berfokus pada aspek layanan. Manajemen Uniqlo diharapkan dapat lebih menitikberatkan inovasi produk serta pengelolaan pengalaman pelanggan guna membangun loyalitas yang lebih kuat.

Orisinalitas : Kontribusi orisinalitas dari penelitian ini dengan menguji pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan merek Uniqlo

di wilayah Yogyakarta. Pendekatan ini menyoroti faktor yang memengaruhi loyalitas dalam industri ritel *fast fashion*. Studi ini memperkaya literatur dengan fokus penelitian pada konsumen pasar lokal industri ritel *fast fashion* di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Fast Fashion.*

DAMPAK INTERAKSI DEMOGRAFIS TERHADAP TINGKAT KEMISKINAN DI PROVINSI SULAWESI SELATAN: ANALISIS PANEL DATA 2010-2024

Triska Rosari Ada'¹, Yenny
Patnasari²

211126559@students.uajy.ac.id

Yenny.patnasari@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat Pertumbuhan Penduduk, Rasio Ketergantungan, dan Pendidikan terhadap Kemiskinan di Provinsi Sulawesi Selatan dari tahun 2010-2024.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian dilakukan di 24 kabupaten/kota di Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2010-2024. Adapun variabel independen yaitu Laju Pertumbuhan Penduduk, Rasio Ketergantungan, dan Pendidikan. Kemudian variabel dependen yakni Persentase Kemiskinan (P0). Data yang digunakan bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian menggunakan alat analisis regresi data panel dan diolah menggunakan bantuan *software Eviews 12*.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rasio Ketergantungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemiskinan. Pendidikan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kemiskinan. Namun, Laju Pertumbuhan Penduduk tidak berpengaruh secara signifikan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian hanya mencakup periode 2010 hingga 2024 dan relatif cukup singkat, sehingga mungkin tidak cukup untuk menangkap dinamika perubahan yang lebih kompleks dan jangka panjang terkait hubungan antara pertumbuhan penduduk, rasio ketergantungan, dan pendidikan terhadap kemiskinan di Sulawesi Selatan.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian ini menegaskan bahwa: 1) Kebijakan pembangunan tidak boleh hanya fokus pada pengendalian pertumbuhan penduduk saja, melainkan perlu menaruh perhatian pada peningkatan kualitas sumber daya manusia dan produktivitas. 2) Pemerintah perlu mendorong pemberdayaan penduduk usia produktif melalui program peningkatan keterampilan (*upskilling & reskilling*) bagi penduduk usia kerja agar produktif dan berkontribusi terhadap ekonomi keluarga. 3) pemerintah daerah disarankan untuk menyediakan dan meningkatkan sarana dan prasarana yang merata di seluruh kabupaten/kota agar masyarakat mampu mengakses pendidikan yang merata.

Orisinalitas: Penelitian menggunakan data terbaru yakni mencakup data tahun 2020-2024 sehingga memberikan nilai tambah karena dapat menangkap dinamika terbaru terkait pertumbuhan penduduk, rasio ketergantungan, pendidikan dan kemiskinan di Sulawesi Selatan, terutama setelah pandemi COVID-19.

Kata kunci: *Pertumbuhan Penduduk, Rasio Ketergantungan, Pendidikan, Kemiskinan, Regresi Data Panel.*

DINAMIKA PENGANGGURAN TERDIDIK DI INDONESIA: PERAN INVESTASI, UPAH, DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DALAM PERSPEKTIF DATA PANEL

Luh Made Arisusanti

Universitas Udayana

arisusanti02@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh investasi, upah minimum provinsi, dan pertumbuhan ekonomi terhadap tingkat pengangguran terdidik lulusan perguruan tinggi di Indonesia, baik secara simultan maupun parsial.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain data panel pada 34 provinsi di Indonesia selama periode 2010-2021, menghasilkan 408 observasi. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), dan analisis dilakukan menggunakan Fixed Effect Model (FEM) setelah pengujian model dengan uji Chow dan Hausman. **Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, investasi, upah minimum provinsi, dan pertumbuhan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap pengangguran terdidik. Secara parsial, investasi memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan, upah minimum provinsi berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan pertumbuhan ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat pengangguran terdidik. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenaikan upah minimum dapat meningkatkan pengangguran terdidik, sementara pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi cenderung menguranginya.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada data agregat provinsi dan tidak mempertimbangkan variasi spesifik antar sektor industri atau kualitas pendidikan lulusan, yang dapat memengaruhi hasil.

Implikasi Penelitian: Secara praktis, hasil ini menyarankan perlunya optimalisasi program Link and Match antara perguruan tinggi dan industri serta peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat teori hubungan antara variabel makroekonomi dan pengangguran.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan data panel lintas provinsi untuk mengkaji pengangguran terdidik, yang masih jarang dilakukan dalam konteks Indonesia, sehingga memberikan wawasan baru bagi akademisi dan pembuat kebijakan.

Kata kunci: Pengangguran Terdidik, Investasi, Upah Minimum Provinsi, Pertumbuhan Ekonomi.

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINTECH*, DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA DENGAN *GENDER* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Aurelia Melinda Nisita Wardhani¹, Indah
Wulandari² Universitas Sanata Dharma¹²
nisita.wardhani@usd.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, *financial technology (fintech)*, dan gaya hidup hedonisme terhadap pengelolaan keuangan pada mahasiswa dengan gender sebagai variabel moderasi. Dalam era digitalisasi keuangan, pemahaman perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa menjadi krusial karena berimplikasi pada kestabilan finansial di masa mendatang.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei pada 406 mahasiswa di perguruan tinggi Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan SmartPLS.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, *fintech*, dan gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa, dimana literasi keuangan dan *fintech* memberikan pengaruh positif, sementara gaya hidup hedonisme menunjukkan pengaruh negatif. Sementara itu, hasil uji moderasi menyatakan bahwa gender tidak dapat memoderasi pengaruh di literasi keuangan dan gaya hidup hedonisme terhadap pengelolaan keuangan. Namun, gender dapat memoderasi pengaruh antara *fintech* terhadap pengelolaan keuangan

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan sampel yang terbatas pada mahasiswa di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke wilayah lain. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada *fintech* jenis *payment* sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada jenis *fintech* lainnya seperti *peer-to-peer lending*, *crowdfunding*, dan *market aggregator* .

Implikasi Penelitian: Penelitian ini memberikan implikasi bagi institusi pendidikan untuk merancang literasi keuangan terintegrasi dengan pengetahuan *fintech*. Bagi regulator, hasil penelitian memberikan masukan untuk formulasi kebijakan perlindungan konsumen *fintech* dengan mempertimbangkan faktor-faktor perilaku dan psikologis. Secara teoretis, penelitian ini menambah literatur dengan mengintegrasikan perilaku keuangan dalam konteks keuangan digital.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada integrasi variabel literasi keuangan, *fintech*, dan gaya hidup hedonisme dalam konteks pengelolaan keuangan mahasiswa, serta pengujian peran gender sebagai variabel moderasi.

Kata kunci: literasi keuangan, *fintech*, hedonisme, pengelolaan keuangan, gender

STRATEGI MANAJEMEN RISIKO, PEMASARAN, DAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TOKO KOSMETIK

Muhammad Ari Maulana, Adelia Syahara, Septi Ariani Aisyiah, Putri Ayu Weningsih, Dian Puspita Loka
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda
septiariani2509@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan daya saing usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui pendekatan manajemen resiko, pemasaran, dan sumber daya manusia pada Toko Lily Mily Kosmetik di Kota Samarinda. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya tingkat persaingan di industri kosmetik yang menuntut UMKM untuk terus berinovasi dan beradaptasi terhadap pangsa pasar.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, data diperoleh melalui wawancara, kuesioner, dan dokumentasi kemudian dianalisis secara deskriptif-kualitatif menggunakan model interaktif Miles & Huberman.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko berada pada kuadran III dalam analisis SWOT, yaitu memiliki peluang pasar yang besar namun masih menghadapi kelemahan internal seperti keterbatasan kapasitas produksi dan ketergantungan pada pemasok Tunggal. Strategi bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, promosi) telah diterapkan dengan cukup baik namun memerlukan pembangunan lebih lanjut, khususnya dalam variasi produk, sistem distribusi, dan promosi digital. Dari sisi sumber daya manusia, struktur organisasi yang sederhana telah menunjang efisiensi operasional, tetapi pelatihan karyawan yang terbatas masih menjadi kendala dalam peningkatan kompetensi, terutama dalam hal pemahaman produk dan keterampilan digital.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas hanya pada ruang lingkup studi yang mencakup pada satu UMKM yaitu Toko Lily Mily Kosmetik, sehingga hasil temuan belum dapat diterapkan secara luas pada UMKM lain dan Dinamika eksternal seperti perubahan tren pasar atau kebijakan pemerintah belum dianalisis secara mendalam dalam studi ini.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinergi antara ketiga aspek manajerial tersebut menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM, serta menegaskan pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar dan inovasi berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan usaha di tengah persaingan industri kosmetik yang semakin ketat.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini pada integrasi tiga pendekatan manajerial dalam konteks UMKM kosmetik, yang masih jarang diteliti secara mendalam. Penelitian ini memberikan kontribusi baru bagi yang ingin mengembangkan literatur di bidang manajemen UMKM di Indonesia.

Kata kunci: *UMKM, Manajemen risiko, Strategi pemasaran, Sumber daya manusia, SWOT, Daya saing.*

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL PEMIMPIN TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Aloysius Marcelino Shaw¹, Theresia Agung Maryudi Harsiwi²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹, Universitas Atma Jaya
Yogyakarta²

210325977@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kecerdasan emosional pemimpin (keterampilan sosial, empati pemimpin, motivasi pemimpin) terhadap kinerja karyawan. Kecerdasan emosional pemimpin memungkinkan seorang pemimpin mengalami dan menangani situasi emosional, baik dirinya sendiri maupun orang lain dengan tujuan pengembangan sosial dan pribadinya.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei pada karyawan yang bekerja di dunia farmasi yang diambil secara purposive sampling dengan ketentuan mempunyai lama kerja minimal 1 tahun. Peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji keterkaitan antar variabel penelitian.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan kecerdasan emosional pemimpin yang mencakup keterampilan sosial pemimpin tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan, sedangkan empati pemimpin dan motivasi pemimpin berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan. Temuan ini mengindikasikan pemimpin yang mampu menunjukkan empati kepada anggota tim dan memiliki motivasi yang tinggi sebagai pemimpin akan mempunyai dampak signifikan terhadap kinerja karyawan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan sampel terbatas pada satu perusahaan di industri farmasi, sehingga mungkin tidak dapat digeneralisasi di industri lain dengan dinamika kerja yang berbeda. Kuesioner kinerja karyawan yang diisi sendiri oleh responden dapat berdampak timbulnya bias.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya kecerdasan emosional untuk meningkatkan kinerja karyawan. Hal ini menjadi dasar perusahaan untuk menerapkan kecerdasan emosional bagi pemimpin sebab pemimpin dengan kecerdasan emosional yang tinggi dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif, mengurangi stres karyawan, dan meningkatkan kinerja karyawan.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada pengaruh aspek spesifik dari kecerdasan emosional pemimpin seperti keterampilan sosial, empati pemimpin, dan motivasi kerja yang dimiliki pemimpin terhadap kinerja karyawan. Pemilihan perusahaan di industri farmasi dapat menghasilkan temuan yang dapat diterapkan dalam kebijakan organisasi, misal dalam penerapan kecerdasan emosional pemimpin dalam mengelola karyawannya.

Kata Kunci: keterampilan sosial, empati pemimpin, motivasi pemimpin, dan kinerja karyawan

IMPLEMENTASI *DIALOGIC COMMUNICATION MODEL* PADA WEBSITE INFORMASI PERSYARIKATAN MUHAMMADIYAH KOTA MALANG

Anang Sujoko¹, Mega Annisa Insidenta Nuril Huda², Ainun Qisthi Rosyidah³
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya^{1,2,3}
Anangsujoko@ub.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan *Dialogic Communication Model* pada website informasi Persyarikatan Muhammadiyah Kota Malang <https://makotamu.org/>, guna meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat hubungan komunitas dengan organisasi.

Desain dan Metodologi Penelitian : Metode yang digunakan dalam pengembangan website ini adalah System Development Life Cycle (SDLC), yang meliputi tahapan analisis kebutuhan, desain, pengembangan, pengujian, dan implementasi. Dengan menerapkan model komunikasi dialogis, website Muhammadiyah Kota Malang dirancang untuk memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna dan pengelola. Melalui fitur-fitur seperti layanan administrasi membuat pengguna dapat memberikan umpan balik serta berpartisipasi dalam aktivitas organisasi.

Temuan: Hasil pengembangan menunjukkan bahwa implementasi Model Komunikasi Dialogis melalui pendekatan SDLC mampu meningkatkan keterlibatan audiens, mendorong partisipasi komunitas, dan memperkuat kepercayaan terhadap Persyarikatan Muhammadiyah Kota Malang. Dengan demikian, penerapan model ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi organisasi masyarakat lain dalam mengoptimalkan komunikasi dengan publik melalui media digital.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada implementasi model di internal organisasi, sehingga diperlukan penelitian lanjutan yang mengarah pada komunikasi organisasi.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah organisasi harus menerapkan secara konsisten pola komunikasi publik melalui platform komunikasi digital berbasis website. Selain itu, perlu adanya pengkaderan untuk distribusi tugas pada sistem kerja digitalisasi komunikasi organisasi.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah implementasi *dialogic communication model* yang dikolaborasikan dengan pendekatan System Development Life Cycle (SDLC) dalam merancang komunikasi publik organisasi keagamaan yang masih jarang diteliti, sehingga memberikan wawasan baru bagi akademisi dan praktisi di bidang komunikasi publik, komunikasi organisasi, maupun digitalisasi.

Kata kunci: *dialogic communication model, system development life cycle, persyarikatan muhammadiyah.*

DAMPAK KETERIKATAN KARYAWAN TERHADAP KINERJA ORGANISASIONAL

Gisela Elly Kusumasari¹ Theresia Agung Maryudi Harsiwi²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹, Universitas Atma Jaya
Yogyakarta²
210325990@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh keterikatan karyawan atau *employee engagement* (semangat, dedikasi, absorpsi) terhadap kinerja organisasional. Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi sejauh mana keterikatan karyawan berkontribusi dalam meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan produktivitas organisasi.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei pada 134 karyawan yang bekerja dalam industri garmen yang diambil secara *purposive sampling* dengan kriteria mempunyai lama kerja minimal 1 tahun. Kuesioner disebarkan secara *online* dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji keterkaitan antar variabel penelitian.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan keterikatan karyawan (semangat, dedikasi, absorpsi) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja organisasi. Temuan ini mengindikasikan keterikatan karyawan yang tinggi dapat meningkatkan produktivitas, loyalitas, dan fokus dalam bekerja, sehingga berdampak pada peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada pengukuran keterikatan karyawan secara subyektif yang mengandalkan faktor psikologis atau emosional responden pada saat pengisian kuesioner. Selain itu, penelitian tidak menggunakan indikator kinerja organisasional secara obyektif, seperti profitabilitas, kepuasan pelanggan, produktivitas, dan efisiensi operasional. Penelitian ini hanya mengandalkan persepsi karyawan sebagai responden penelitian, sehingga ada risiko bias pada hasil penelitian.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini menunjukkan manajemen perusahaan perlu meningkatkan program keterikatan karyawan, seperti komunikasi internal yang lebih baik, pengakuan atas pencapaian, keseimbangan kerja-hidup (*work-life balance*), pelatihan dan peluang karier, yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja. Selain itu, manajemen perusahaan perlu mengembangkan gaya kepemimpinan yang lebih partisipatif dan membangun budaya organisasional yang inklusif serta kolaboratif, sehingga perusahaan dapat mengurangi *turnover* dan meningkatkan produktivitas, yang berdampak langsung pada kinerja organisasional.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada pengujian model yang lebih kompleks dengan *Structural Equation Modeling* (SEM), maka orisinalitasnya menjadi lebih tinggi dibandingkan studi lain yang hanya menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Kata kunci: *keterikatan karyawan, kinerja organisasional*

PENGARUH PENGEMBANGAN KARIER, KOMPENSASI, KEAMANAN KERJA, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN

Brigita Financy¹, Theresia Agung Maryudi Harsiwi²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹, Universitas Atma Jaya Yogyakarta²
210326127@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pengembangan karier, kompensasi, keamanan kerja, dan lingkungan kerja terhadap loyalitas karyawan. Perusahaan dapat mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi loyalitas karyawan, sehingga dapat merancang strategi dan kebijakan SDM yang lebih sesuai dengan kebutuhan karyawan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada 101 karyawan perusahaan yang diambil secara *purposive sampling* dengan syarat lama kerja minimal 1 tahun. Peneliti menggunakan kuesioner *online* dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Temuan: Hasil penelitian mengungkapkan ada pengaruh pengembangan karier, kompensasi, keamanan kerja, dan lingkungan kerja yang signifikan dan positif terhadap loyalitas karyawan. Pengembangan karier, kompensasi, keamanan kerja, dan lingkungan kerja yang memadai dapat meningkatkan loyalitas karyawan pada perusahaan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian memiliki keterbatasan pada pengumpulan data dengan kuesioner yang bersifat subyektif yang memungkinkan terjadi bias responden, seperti keengganan untuk memberikan jawaban jujur karena alasan sosial atau tekanan organisasi. Selain itu, tidak menggunakan variabel lain seperti budaya organisasional, gaya kepemimpinan, atau keseimbangan kerja-hidup (*work-life balance*) yang dapat memengaruhi loyalitas karyawan.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan perusahaan perlu menyusun jalur karier yang lebih transparan dan memberikan pelatihan serta kesempatan promosi agar karyawan merasa memiliki masa depan di perusahaan. Perlu juga perusahaan menyesuaikan struktur gaji, tunjangan, atau insentif agar lebih kompetitif dibandingkan pesaing di industri yang sama. Perusahaan perlu mengurangi ketidakpastian kerja melalui kontrak jangka panjang, program perlindungan kerja, dan komunikasi yang lebih baik terkait stabilitas perusahaan serta meningkatkan fasilitas kantor, menerapkan budaya kerja yang inklusif, serta membangun hubungan yang baik antara atasan dan bawahan.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada pengujian model yang lebih kompleks dengan *Structural Equation Modeling* (SEM), maka orisinalitasnya menjadi lebih tinggi dibandingkan studi lain yang hanya menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Kata kunci: *pengembangan karier, kompensasi, keamanan kerja, lingkungan kerja, loyalitas karyawan*

STRATEGI MANAJEMEN RISIKO, PEMASARAN, DAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TOKO KOSMETIK

Muhammad Ari Maulana, Adelia Syahara, Septi Ariani Aisyiah, Putri Ayu Weningsih,
Dian Puspita Loka
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda
septiariani2509@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan daya saing usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui pendekatan manajemen resiko, pemasaran, dan sumber daya manusia pada Toko Lily Mily Kosmetik di Kota Samarinda. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya tingkat persaingan di industri kosmetik yang menuntut UMKM untuk terus berinovasi dan beradaptasi terhadap pangsa pasar.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, data diperoleh melalui wawancara, kuesioner, dan dokumentasi kemudian dianalisis secara deskriptif-kualitatif menggunakan model interaktif Miles & Huberman.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko berada pada kuadran III dalam analisis SWOT, yaitu memiliki peluang pasar yang besar namun masih menghadapi kelemahan internal seperti keterbatasan kapasitas produksi dan ketergantungan pada pemasok Tunggal. Strategi bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, promosi) telah diterapkan dengan cukup baik namun memerlukan pembangunan lebih lanjut, khususnya dalam variasi produk, sistem distribusi, dan promosi digital. Dari sisi sumber daya manusia, struktur organisasi yang sederhana telah menunjang efisiensi operasional, tetapi pelatihan karyawan yang terbatas masih menjadi kendala dalam peningkatan kompetensi, terutama dalam hal pemahaman produk dan keterampilan digital.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas hanya pada ruang lingkup studi yang mencakup pada satu UMKM yaitu Toko Lily Mily Kosmetik, sehingga hasil temuan belum dapat diterapkan secara luas pada UMKM lain dan Dinamika eksternal seperti perubahan tren pasar atau kebijakan pemerintah belum dianalisis secara mendalam dalam studi ini.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinergi antara ketiga aspek manajerial tersebut menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM, serta menegaskan pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar dan inovasi berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan usaha di tengah persaingan industri kosmetik yang semakin ketat.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini pada integrasi tiga pendekatan manajerial dalam konteks UMKM kosmetik, yang masih jarang di teliti secara mendalam. Penelitian ini memberikan kontribusi baru bagi yang ingin mengembangkan literatur di bidang manajemen UMKM di Indonesia.

Kata kunci: *UMKM, Manajemen risiko, Strategi pemasaran, Sumber daya manusia, SWOT, Daya saing.*

PENGARUH TERPAAN PROGRAM DISKON TANGGAL KEMBAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA PADA AKUN SHOPEE SOMETHINC DI YOGYAKARTA

Juliani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta
210907677@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh terpaan promosi diskon yang berlangsung pada momen tanggal kembar terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya dalam konteks pembelian produk kecantikan melalui akun resmi Somethinc di platform Shopee. Fokus penelitian ini tidak hanya pada sejauh mana promosi tersebut mampu menarik perhatian konsumen, tetapi juga bagaimana intensitas dan frekuensi terpaan informasi promosi memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian

Desain dan Metodologi Penelitian: Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana.

Temuan: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin sering individu terpapar oleh informasi promosi khususnya dalam bentuk diskon tanggal kembar yang ditawarkan oleh akun Shopee Somethinc. Semakin besar kemungkinan individu tersebut terdorong untuk melakukan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang tepat sasaran, baik dari segi frekuensi, media penyampaian, maupun daya tarik pesan promosi, mampu memengaruhi tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen, mulai dari pengenalan kebutuhan hingga keputusan akhir untuk membeli produk

Keterbatasan penelitian: keterbatasan dari penelitian ini yaitu indikator yang digunakan dalam variabel keputusan pembelian pada penelitian ini dinilai belum sepenuhnya merepresentasikan esensi dari proses pengambilan keputusan pembelian secara komprehensif. Oleh karena itu, temuan yang diperoleh cenderung lebih menekankan pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tersebut. Dengan mempertimbangkan keterbatasan ini, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki cakupan lebih luas serta pendekatan yang lebih mendalam terhadap aspek keputusan pembelian konsumen

Orisinalitas: Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, namun belum banyak yang secara spesifik mengkaji terpaan promosi diskon tanggal kembar melalui akun brand kosmetik lokal seperti Somethinc pada platform Shopee, terutama di kalangan mahasiswa di Yogyakarta.

Kata kunci: *Terpaan Promosi, Diskon Tanggal Kembar, Keputusan Pembelian, Shopee, Somethinc*

STRATEGI PERUMUSAN JENAMA SMP KANISIUS MUNTILAN BERBASIS CONTEXTUAL PROJECT-BASED LEARNING BERTEMA BETLEHEM VAN JAVA

Yoseph Bambang Sulistyanto Triyono¹, Ike Janita Dewi²

Program Studi Magister Manajemen^{1,2}, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma^{1,2}
yosephitok.smpkanisiusmuntilan@gmail.com¹, ikejdewi@usd.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perumusan Jenama SMP Kanisius Muntilan berbasis *Contextual Project-Based Learning* bertema *Betlehem van Java* di SMP Kanisius Muntilan, mengevaluasi pelaksanaan, dampak penerapannya pada persepsi siswa, guru dan orang tua terhadap citra SMP Kanisius Muntilan, serta memberikan strategi yang tepat untuk meningkatkan peran *Contextual Project-Based Learning* bertema *Betlehem van Java* sebagai strategi penjenamaan dalam meningkatkan daya tarik dan citra SMP Kanisius Muntilan

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus di SMP Kanisius Muntilan dengan waktu pengumpulan data selama 3 bulan (Desember 2024 - Maret 2025). Responden dari penelitian ini adalah perwakilan guru, siswa, orang tua murid dengan metode pengambilan data berupa wawancara, observasi langsung dan studi dokumen arsip sekolah.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa perumusan Jenama SMP Kanisius Muntilan berbasis *Contextual Project-Based Learning* bertema *Betlehem van Java* dimulai dengan mengangkat kebutuhan, keprihatinan dan kekhasan lokal Muntilan kemudian disesuaikan dengan 4 Standar Pendidikan di Yayasan Kanisius Cabang Magelang (Akademik, Artistik, Ekonomik dan Sosial) untuk mengembangkan karakter URIP (Unggul, Mandiri dan Peduli) berbasis *Contextual Project-Based Learning*. Dampak dari hal ini adalah peningkatan kepercayaan diri, keterampilan dan kerjasama siswa serta meningkatnya rasa bangga dan rasa memiliki SMP Kanisius Muntiland dari para siswa, orang tua merasakan perubahan positif dari karakter putra-putrinya, serta penguatan Jenama SMP Kanisius Muntilan melalui pementasan yang selalu dinanti setiap tahunnya.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai konsekuensi metode penelitian kualitatif yang dipilih sebagai pendekatan penelitian. Penelitian lanjutan yang dilaksanakan sebagai penelitian kuantitatif akan memperluas jangkauan responden dan kuantifikasi dampak.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi branding sekolah dapat dibangun secara otentik melalui pendekatan pembelajaran kontekstual berbasis proyek (CPBL). Integrasi tema lokal "Betlehem van Java" memperkuat identitas dan daya tarik SMP Kanisius Muntilan di tengah persaingan sekolah swasta. Model ini memberikan alternatif strategis bagi sekolah-sekolah lain dalam merumuskan jenama berbasis nilai dan karakter.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah startegi perumusan jenama yang mengangkat kontestualitas lingkungan berbasis Contextual Project-Based Learning dengan 4 standar pendidikan (Akademik, Artistik, Ekonomik dan Sosial)

Kata kunci: *contextual Project-based learning, 4 standar pendidikan, penjenamaan sekolah, strategi branding, pendidikan katolik*

PENGARUH AUDIT PEMERINTAH DAERAH TERHADAP PENCEGAHAN KORUPSI (LITERATUR REVIEW)

Nur Israq Fauziah
Universitas Pendidikan Indonesia
nurisraq.99@upi.edu

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh audit pemerintah daerah terhadap pencegahan korupsi, dengan mengkaji secara sistematis hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode literature review. Data dikumpulkan melalui pencarian artikel di Google Scholar dengan kata kunci “Pengaruh Audit Pemerintah Daerah terhadap Pencegahan Korupsi”. Dari hasil pencarian tersebut, ditemukan sebanyak

12.300 artikel yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Selanjutnya, artikel-artikel tersebut dikategorikan berdasarkan standar kelayakan dan relevansi yang telah ditetapkan oleh peneliti, agar hanya literatur yang sesuai dengan fokus kajian yang dianalisis lebih lanjut

Temuan: Berdasarkan hasil kajian terhadap artikel yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa peran audit internal dan sistem pengendalian internal memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan kualitas tata kelola pemerintahan, khususnya dalam mencegah tindak kecurangan. Temuan-temuan yang konsisten menunjukkan bahwa efektivitas pengawasan internal sangat dipengaruhi oleh aspek seperti independensi auditor, kompetensi sumber daya manusia, profesionalisme, serta keberadaan sistem pengendalian yang kuat dan terstruktur. Sebagian besar penelitian menekankan bahwa fungsi audit internal tidak hanya sebatas mekanisme verifikasi administratif, tetapi juga berperan strategis dalam mendeteksi potensi penyimpangan sejak dini.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini hanya mengkaji literatur yang tersedia dalam basis data online seperti Google Scholar dan beberapa jurnal nasional tertentu, sehingga terdapat kemungkinan adanya literatur relevan yang tidak terjaring dalam pencarian.

Implikasi Penelitian: Studi ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang audit sektor publik dan tata kelola pemerintahan, khususnya yang berkaitan dengan peran audit dalam pencegahan korupsi. Hasil kajian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya dalam membangun model konseptual atau menguji hubungan empiris antara audit dan perilaku koruptif di pemerintahan daerah.

Orisinalitas: Artikel ini memiliki orisinalitas karena secara khusus menyoroti peran audit pemerintah daerah dalam pencegahan korupsi, yang masih jarang dibahas secara mendalam dalam literatur. Fokus pada level daerah dan pendekatan tematik dalam mengulas hasil-hasil penelitian menjadi nilai tambah tersendiri dalam kajian ini.

Kata kunci: *Korupsi, Audit, Audit Pemerintah Daerah, Literatur review*

STUDI EMPIRIS KURVA ENGEL DI WILAYAH INDONESIA TIMUR

Rio Rizal Arsyad¹, Rohmadi Hermawan¹, Adhitya Noviyanto¹

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta¹

Email korespondensi: rio.rizal.feb22@mail.umy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini menganalisis pola konsumsi rumah tangga di Indonesia Timur menggunakan pendekatan Kurva Engel. Studi ini mengeksplorasi bagaimana peningkatan pendapatan memengaruhi pergeseran konsumsi dari bahan pokok ke barang sekunder dan tersier, serta mempertimbangkan faktor lain seperti pendidikan, jenis pekerjaan, kepemilikan aset tanah, lokasi tempat tinggal, dan jumlah anggota keluarga.

Desain dan Metodologi Penelitian: Studi ini menggunakan metode regresi quantile untuk mengidentifikasi variasi pola konsumsi pada berbagai tingkat pendapatan. Variabel utama yang dianalisis adalah konsumsi pangan, sementara variabel kontrol mencakup pendidikan, status sebagai pegawai negeri sipil (PNS), pendapatan, lokasi tempat tinggal, kepemilikan aset tanah, dan jumlah anggota keluarga.

Temuan: Temuan menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan menurunkan proporsi konsumsi bahan pokok dan meningkatkan konsumsi barang yang lebih beragam. Faktor lain seperti pendidikan, pekerjaan sebagai PNS, kepemilikan aset tanah, dan tempat tinggal di perkotaan berpengaruh positif terhadap pola konsumsi. Sementara itu, jumlah anggota keluarga meningkatkan konsumsi total tetapi tidak selalu meningkatkan kualitas konsumsi.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan data IFLS EAST tahun 2012, sehingga hasilnya mungkin tidak mencerminkan kondisi terkini. Selain itu, pendapatan hanya diukur berdasarkan kepala rumah tangga tanpa mempertimbangkan kontribusi anggota keluarga lainnya, yang dapat memengaruhi interpretasi kesejahteraan rumah tangga.

Implikasi Penelitian: Temuan ini dapat menjadi dasar bagi perumusan kebijakan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan ketahanan pangan rumah tangga. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan bagi pemerintah dalam menyusun strategi untuk mendorong pola konsumsi yang lebih beragam dan sehat.

Orisinalitas: Penelitian ini berkontribusi dalam literatur ekonomi dengan menerapkan regresi quantile dalam menganalisis pola konsumsi rumah tangga di Indonesia Timur, suatu pendekatan yang masih jarang digunakan dalam studi serupa. Hasilnya memperkaya pemahaman tentang Kurva Engel dalam konteks wilayah dengan karakteristik ekonomi yang berbeda.

Kata kunci: *kurva Engel, pangan, pendapatan, Indonesia Timur.*

ANALISIS SENTIMEN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH DI KOTA YOGYAKARTA

R. Fadhil Muhamad Ginanjar¹

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta¹

Email korespondensi: radenfadhil0808@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini menganalisis sentimen pelanggan terhadap kualitas pelayanan 14 bank syariah di Kota Yogyakarta menggunakan 702 ulasan dengan total 12.112 kata yang diperoleh dari Google Maps.

Desain dan Metodologi Penelitian: Studi ini menerapkan analisis sentimen berbasis teks dengan teknik *web scraping* untuk mengumpulkan ulasan pelanggan. Data kemudian dianalisis menggunakan klasifikasi sentimen dan analisis frekuensi kata guna mengidentifikasi pola sentimen pelanggan.

Temuan: Analisis menunjukkan bahwa 77,20% kata dalam ulasan bersentimen positif, sementara 22,80% bersentimen negatif. Pelanggan mengapresiasi keramahan pegawai, kecepatan layanan, dan kenyamanan fasilitas, yang tercermin dari kata-kata yang sering muncul seperti *ramah*, *baik*, *nyaman*, dan *cepat*. Namun, keluhan umum mencakup waktu antrean yang lama dan keterbatasan fasilitas di beberapa cabang. Perbandingan antarbank menunjukkan bahwa KB Bukopin Syariah dan Panin Dubai Syariah memiliki tingkat kepuasan tertinggi dengan 100% sentimen positif, sedangkan Permata Bank Syariah memiliki rasio sentimen positif dan negatif yang seimbang, mengindikasikan perlunya perbaikan dalam beberapa aspek layanan.

Keterbatasan Penelitian: Studi ini hanya menggunakan ulasan dari Google Maps, sehingga tidak mencerminkan opini pelanggan yang tidak aktif memberikan ulasan daring. Selain itu, analisis sentimen berbasis teks mungkin kurang menangkap konteks emosional dan subjektivitas pelanggan.

Implikasi Penelitian: Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperkuat aspek yang diapresiasi pelanggan, seperti keramahan dan kecepatan layanan, serta memperbaiki kelemahan terkait waktu antrean dan fasilitas di beberapa cabang.

Orisinalitas: Penelitian ini berkontribusi dalam literatur perbankan syariah dengan menerapkan analisis sentimen berbasis *big data* untuk mengevaluasi kualitas layanan. Studi ini memberikan wawasan tentang bagaimana ulasan pelanggan di platform digital dapat dimanfaatkan sebagai sumber data strategis dalam meningkatkan pelayanan perbankan.

Kata kunci: *bank syariah, pelayanan, analisis sentimen, Yogyakarta*

PENGARUH KESEHATAN KEPALA KELUARGA TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA DI INDONESIA TIMUR

Indra Gunawan¹, Fedri Helio Putra¹, Ersu Ardian Yuseansa¹
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta¹

Email korespondensi: indra.gunawan.feb22@mail.umy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kesehatan kepala keluarga dan pendapatan rumah tangga, serta dampaknya terhadap kesejahteraan sosial secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kesehatan kepala keluarga mempengaruhi pola pengeluaran rumah tangga.

Desain dan Metodologi Penelitian: Studi ini menggunakan data dari *Indonesian Family Life Survey East* (IFLS-East) tahun 2012. Metode regresi Tobit diterapkan untuk mengestimasi pengaruh kesehatan kepala keluarga terhadap pendapatan rumah tangga, dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti lokasi tempat tinggal (perkotaan vs. pedesaan) dan usia kepala keluarga.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesehatan kepala keluarga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan rumah tangga. Rumah tangga di perkotaan memiliki pendapatan lebih tinggi dibandingkan rumah tangga di pedesaan. Selain itu, usia kepala keluarga juga mempengaruhi pendapatan, dengan tren yang menunjukkan peningkatan pendapatan seiring bertambahnya usia hingga titik tertentu sebelum mengalami penurunan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan data IFLS-East tahun 2012, sehingga mungkin belum mencerminkan kondisi terkini terkait hubungan antara kesehatan kepala keluarga dan pendapatan rumah tangga. Selain itu, studi ini hanya mengukur kesehatan secara umum tanpa mengkaji jenis penyakit spesifik atau dampak jangka panjang terhadap produktivitas ekonomi rumah tangga.

Implikasi Penelitian: Temuan ini menegaskan pentingnya kesehatan kepala keluarga dalam menentukan kesejahteraan ekonomi rumah tangga. Oleh karena itu, kebijakan yang meningkatkan akses layanan kesehatan, memperluas cakupan asuransi kesehatan, serta memperkuat program pencegahan penyakit dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, terutama di daerah pedesaan yang memiliki keterbatasan fasilitas kesehatan.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menerapkan metode regresi Tobit untuk menganalisis hubungan antara kesehatan kepala keluarga dan pendapatan rumah tangga di Indonesia Timur. Studi ini juga menyoroti kesenjangan ekonomi antara rumah tangga di perkotaan dan pedesaan serta bagaimana faktor usia kepala keluarga berperan dalam menentukan tingkat pendapatan.

Kata kunci: kesehatan, pendapatan, regresi tobit, Indonesia Timur

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN EDUCATION AND INCOME LEVEL IN YOGYAKARTA

Muhammad Ziyen Hifdhillah¹
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta¹

Email korespondensi: muhammadziyan76@gmail.com

ABSTRACT

Objectives: This study examines the relationship between education and income levels in Yogyakarta, analyzing how educational attainment influences earnings while considering factors such as gender, age, urban residence, and employment sector.

Methodology: Utilizing data from the Indonesian Family Life Survey (IFLS-5), this study focuses on individuals aged 16 to 65 employed in either the formal or informal sector. A Tobit regression model is applied to estimate the impact of education on income while controlling for key demographic and employment-related variables.

Findings: The results confirm that higher education levels significantly increase income. Men earn more than women, formal sector workers receive higher salaries than informal workers, and urban residents have greater earnings than those in rural areas. Additionally, age has a positive but modest effect on income, indicating that work experience contributes to salary growth over time.

Limitations: This study relies on cross-sectional data from 2014, which may not fully capture current income dynamics. Furthermore, it does not account for non-monetary benefits or additional labor market factors such as industry type and job experience.

Implications: The findings underscore the importance of investing in higher education to improve income levels and reduce wage disparities. Policies should focus on expanding access to education, promoting gender wage equality, and increasing formal employment opportunities to enhance economic well-being.

Originality: By employing the Tobit model, this study provides a nuanced analysis of the education- income relationship in Yogyakarta. It highlights regional wage disparities and the influence of formal versus informal employment on earnings, offering valuable insights for policymakers.

Keywords: *education, income, Yogyakarta.*

PENGARUH PENDIDIKAN KEPALA KELUARGA TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA DI INDONESIA TIMUR

Muhammad Agus Mualim, Izul Akbar Nur Afian, Muhammad Nazhri Zahwan Zahily
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email korespondensi: muhamad.agus.feb22@mail.umy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat pendidikan kepala keluarga terhadap pendapatan rumah tangga di Indonesia bagian timur.

Desain dan Metodologi Penelitian: Studi ini menggunakan data dari Indonesian Family Life Survey East (IFLS EAST) tahun 2012 dan menerapkan metode Ordinary Least Squares (OLS) dalam analisis regresi berganda. Variabel terikat adalah pendapatan rumah tangga, diukur berdasarkan total upah tahunan yang dihasilkan oleh kepala keluarga. Sementara itu, variabel bebas mencakup tingkat pendidikan, jumlah anak, usia, dan status pekerjaan kepala keluarga. Sampel penelitian terdiri dari 2.225 kepala keluarga yang bekerja, dengan rentang usia 17 hingga 105 tahun.

Temuan: Temuan menunjukkan bahwa pendidikan kepala keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan rumah tangga di Indonesia bagian timur.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan data sekunder dari IFLS EAST tahun 2012, yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi terkini. Selain itu, metode OLS memiliki keterbatasan dalam mengidentifikasi hubungan kausal serta potensi bias seleksi dalam sampel.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian menekankan pentingnya peningkatan akses dan kualitas pendidikan bagi kepala keluarga sebagai strategi untuk meningkatkan kesejahteraan rumah tangga. Oleh karena itu, kebijakan yang berfokus pada pendidikan dan pelatihan keterampilan tenaga kerja dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan masyarakat di Indonesia bagian timur.

Orisinalitas: Penelitian ini berkontribusi dengan menganalisis pengaruh pendidikan kepala keluarga terhadap pendapatan rumah tangga secara spesifik di Indonesia bagian timur menggunakan dataset IFLS EAST, yang masih jarang diteliti dalam literatur sebelumnya.

Kata kunci: pendidikan, pendapatan, Indonesia Timur

ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN BERSEDEKAH RUMAH TANGGA DI INDONESIA TIMUR

Azzahra Nabila¹, Andi Martin¹, Edoardo Firmansyah¹
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta¹

Email korespondensi: azzahran218@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan rumah tangga di Indonesia Timur dalam bersedekah, termasuk pendapatan, pendidikan, usia, jumlah anggota keluarga, tempat tinggal, jenis kelamin, dan religiusitas. Selain itu, studi ini mengeksplorasi perbedaan pola bersedekah antara laki-laki dan perempuan.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan metode regresi kuantil dengan data dari *Indonesian Family Life Survey East* (IFLS-East 2012). Variabel yang dianalisis mencakup karakteristik sosial-ekonomi rumah tangga, dengan fokus pada faktor yang berkontribusi terhadap keputusan bersedekah.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang lebih tinggi meningkatkan kecenderungan untuk bersedekah, sesuai dengan temuan dalam literatur sebelumnya. Selain itu, tingkat pendidikan, usia, jumlah anggota keluarga, dan tempat tinggal di perkotaan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan bersedekah. Studi ini menemukan bahwa perempuan cenderung lebih aktif dalam bersedekah dibandingkan laki-laki. Namun, jenis pekerjaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan bersedekah.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan data IFLS-East tahun 2012, sehingga belum mencerminkan kondisi terkini terkait pola bersedekah di Indonesia Timur. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada kepala keluarga sebagai responden, yang dapat membatasi pemahaman tentang perilaku bersedekah dalam rumah tangga secara keseluruhan.

Implikasi Penelitian: Temuan penelitian ini menegaskan bahwa faktor ekonomi dan sosial berperan dalam keputusan bersedekah. Oleh karena itu, kebijakan yang meningkatkan kesadaran sosial dan filantropi, serta program pemberdayaan ekonomi, dapat memperkuat kapasitas masyarakat dalam bersedekah.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menerapkan metode regresi kuantil untuk menganalisis keputusan bersedekah rumah tangga di Indonesia Timur. Selain itu, studi ini menyoroti perbedaan gender dalam pola bersedekah, yang masih jarang diteliti dalam konteks wilayah ini.

Kata kunci: rumah tangga, sedekah, Indonesia Timur, regresi kuantil

HUBUNGAN ANTARA OLAHRAGA, MEROKOK, DAN TINGKAT STRES DI INDONESIA TIMUR

Deny Putra Piliang¹, Noval Ardiansyah¹, Ismail Aqil Nugraha¹, Doni Agus Setiawan¹
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta¹

Email korespondensi: denyputra54321@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara olahraga, merokok, dan tingkat stres pada individu berusia lebih dari 16 tahun di Indonesia.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan data sekunder dari *Indonesian Family Life Survey East* (IFLS-East) tahun 2012 dan dianalisis dengan metode regresi *Ordered Logit*. Variabel utama yang dianalisis mencakup frekuensi olahraga, kebiasaan merokok, tingkat stres, usia, dan jenis pekerjaan.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas olahraga berpengaruh signifikan terhadap tingkat stres, di mana individu yang lebih sering berolahraga cenderung mengalami stres yang lebih rendah. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa individu yang lebih muda cenderung mengalami tingkat stres yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia yang lebih tua. Studi ini juga mengungkap bahwa pekerja di sektor non-formal memiliki kemungkinan lebih besar mengalami stres dibandingkan pekerja di sektor formal, yang dapat dikaitkan dengan ketidakpastian kerja, keterbatasan akses terhadap manfaat tenaga kerja, serta meningkatnya biaya operasional yang dihadapi oleh pekerja di sektor ini.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan data IFLS-East tahun 2012, sehingga belum mencerminkan kondisi terkini terkait hubungan antara konsumsi rokok, olahraga, dan tingkat stres. Selain itu, penelitian ini belum memasukkan faktor psikologis atau sosial lainnya yang dapat berkontribusi terhadap tingkat stres individu.

Implikasi Penelitian: Temuan penelitian ini menegaskan bahwa olahraga memiliki peran penting dalam mengurangi tingkat stres, sementara pekerja di sektor non-formal cenderung lebih rentan terhadap stres akibat ketidakpastian kerja. Oleh karena itu, kebijakan kesehatan masyarakat yang mendorong gaya hidup sehat melalui olahraga serta kebijakan perlindungan tenaga kerja bagi sektor non-formal dapat berkontribusi dalam mengurangi beban stres individu.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menerapkan metode regresi *Ordered Logit* untuk menganalisis hubungan antara olahraga, konsumsi rokok, dan tingkat stres di Indonesia Timur. Studi ini juga menyoroti perbedaan tingkat stres berdasarkan usia dan jenis pekerjaan, yang masih jarang diteliti dalam konteks wilayah ini.

Kata kunci: olahraga, stres, rokok, ordered logit, Indonesia Timur

ANALISIS DETERMINAN KEPUTUSAN MENABUNG: STUDI KASUS RUMAH TANGGA DI INDONESIA TIMUR

Kika Fidiyah Putri¹, Lathifah Ardelia¹, Tivani Nuri Widhaningrum¹
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta¹

Email korespondensi: kika.fidiyah.feb22@mail.umy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung pada rumah tangga di Indonesia Timur.

Desain dan Metodologi Penelitian: Studi ini menggunakan data sekunder dari *Indonesian Family Life Survey East* (IFLS EAST) tahun 2012 dan menerapkan metode kuantitatif dengan model regresi tobit. Penelitian ini juga merujuk pada laporan survei konsumen Bank Indonesia (Januari 2022) yang mencatat peningkatan rasio tabungan terhadap pendapatan dari 14,1% menjadi 15,9%.

Temuan: Temuan menunjukkan bahwa tingkat pendidikan, luas tanah, dan lokasi tempat tinggal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung rumah tangga. Sebaliknya, jumlah anak memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Sementara itu, pendapatan, status perkawinan, dan agama tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung.

Keterbatasan Penelitian: Studi ini menggunakan data IFLS EAST tahun 2012, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi terkini. Selain itu, keterbatasan jumlah observasi dapat memengaruhi generalisasi hasil terhadap populasi yang lebih luas.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian menekankan pentingnya akses pendidikan, pengelolaan aset, dan literasi keuangan dalam mendorong kebiasaan menabung di tingkat rumah tangga. Oleh karena itu, kebijakan yang mendukung peningkatan pendidikan dan strategi pengelolaan keuangan dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi rumah tangga di Indonesia Timur.

Orisinalitas: Penelitian ini berkontribusi dalam literatur ekonomi dengan menganalisis determinan keputusan menabung rumah tangga di Indonesia Timur menggunakan regresi tobit. Pendekatan ini memberikan wawasan baru tentang perilaku menabung dalam konteks wilayah yang masih jarang diteliti.

Kata kunci: keputusan menabung, regresi tobit, Indonesia Timur.

ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TERHADAP PEMINDAHAN IBU KOTA NEGARA DI KALIMANTAN TIMUR

Mawla Afadha Yunas¹, Nabilla Salwa Salsabila¹
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta¹

Email korespondensi: mawla.afadha.feb22@mail.umy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini menganalisis sentimen publik terhadap pemindahan ibu kota negara ke Kalimantan Timur berdasarkan komentar di YouTube. Studi ini mengeksplorasi opini masyarakat terkait dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial dari kebijakan tersebut.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan teknik web scraping untuk mengumpulkan 1.300 komentar dari lima video YouTube yang membahas pemindahan ibu kota. Data yang diperoleh dibersihkan untuk menghilangkan komentar yang tidak relevan sebelum dianalisis menggunakan perangkat lunak analisis teks. Sentimen diklasifikasikan sebagai positif, negatif, atau netral, sementara analisis frekuensi kata digunakan untuk mengidentifikasi tema utama dalam diskusi publik. Selain itu, analisis temporal diterapkan untuk mengamati perubahan opini masyarakat dari waktu ke waktu.

Temuan: Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas komentar memiliki sentimen positif, mencerminkan optimisme publik terhadap pemerataan pembangunan dan kemajuan di wilayah timur Indonesia. Namun, terdapat proporsi signifikan komentar negatif yang menyoroti kekhawatiran terkait biaya, potensi korupsi, dan dampak lingkungan. Temuan ini menekankan pentingnya komunikasi yang transparan serta kebijakan yang responsif terhadap kekhawatiran masyarakat.

Keterbatasan Penelitian: Studi ini hanya menggunakan data dari YouTube, sehingga tidak sepenuhnya mencerminkan opini publik secara luas. Selain itu, analisis sentimen berbasis teks mungkin kurang menangkap nuansa emosi dan konteks yang lebih kompleks dalam komentar.

Implikasi Penelitian: Temuan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah dalam merancang kebijakan yang lebih transparan dan partisipatif. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi yang efektif untuk meningkatkan dukungan publik terhadap kebijakan pemindahan ibu kota.

Orisinalitas: Studi ini berkontribusi dengan menerapkan teknik web scraping untuk menganalisis sentimen publik di YouTube, serta mengungkap bagaimana media sosial membentuk persepsi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah.

Kata kunci: *analisis sentimen, pemindahan ibu kota, Kalimantan Timur, scraping, YouTube*

PENGUNAAN PENDEKATAN *ENGINEERING ESTIMATES* DALAM ESTIMASI BIAYA PROYEK PADA PT REKAJASA CIPTA MAHAKARYA

Clarista Erwanda Vioetha¹, Ch. Wiwik Sunami²
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}
claristaervanda@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan pendekatan *engineering estimates* dalam memprediksi biaya suatu proyek. Estimasi biaya proyek akan digunakan dalam menentukan harga tender. Pendekatan yang tepat dalam estimasi diperlukan agar estimasi biaya bersifat akurat dan penentuan harga tender juga akan lebih tepat, sehingga perusahaan lebih kompetitif dalam mendapatkan suatu proyek..

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian merupakan penelitian studi kasus pada PT Rekajasa Cipta Mahakarya yang merupakan suatu Perusahaan yang bergerak di bidang renovasi Gedung. Penerapan pendekatan *Engineering estimates* dilakukan pada salah satu tender yang kalah yaitu proyek Renovasi Kantor Cabang BRI Soekarno Hatta Malang. Harga tender yang ditawarkan oleh PT Rekajasa Cipta Mahakarya kalah bersaing dengan kompetitor sehingga perusahaan tidak mendapatkan Proyek tersebut. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi serta dokumentasi. Langkah – langkah dalam penelitian terdiri dari 5 langkah yaitu (1) Mengidentifikasi aktivitas yang akan dilakukan, (2) Membuat rencana pelaksanaan aktivitas, (3) Mengidentifikasi biaya yang akan muncul di setiap aktivitas. (4) Mengitung markup yang diinginkan, (5) Menghitung total estimasi harga tender.

Temuan: Dengan menggunakan pendekatan *engineering estimates*, estimasi biaya proyek Renovasi Kantor Cabang BRI Soekarno Hatta Malang adalah sejumlah Rp 252.745.000 . Perusahaan menetapkan markup sebesar 15% yaitu sebanyak Rp 37.911.750. Maka total estimasi harga tender sebesar Rp 290.656.750. Harga tender yang ditawarkan perusahaan saat itu sebesar Rp Rp 327.000.000, sehingga tender dimenangkan oleh kompetitor dengan harga yang diajukan sebesar 294.594.000.

Keterbatasan Penelitian: penelitian hanya dilakukan pada satu proyek pada satu perusahaan saja. Sebaiknya dilakukan komparasi penentuan estimasi biaya pada perusahaan lain yang sejenis agar lebih mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang penggunaan pendekatan dalam estimasi biaya.

Implikasi Penelitian: Diharapkan pendekatan *engineering estimates* dapat digunakan dalam memprediksi biaya suatu proyek sehingga hasil keputusan yang didasarkan pada estimasi biaya akan lebih akurat.

Orisinalitas: Pendekatan *engineering estimates* jarang digunakan dibandingkan pendekatan lainnya dalam mengestimasi biaya. Penelitian-penelitian yang ada lebih banyak menggunakan statistical method, pada hal *engineering estimates* lebih mudah digunakan untuk pekerjaan yang melibatkan pekerjaan teknis. Pendekatan ini lebih sederhana, mudah dan lebih murah.

Kata kunci: Estimasi biaya, *engineering estimates*, *biaya tender*, *harga tender*.

PENGARUH BRAND EXPERIENCE, BRAND LOVE, DAN BRAND ATTACHMENT TERHADAP WORD OF MOUTH MARKETING: STUDI PADA CO-BRANDING ERIGO X JKT 48

Harold Ericson Widyanto^{1*}, Lukas Purwoto², Rubiyatno³

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta¹²³

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh yang signifikan *brand experience*, *brand love*, dan *brand attachment* secara simultan terhadap perilaku *word of mouth marketing* pada konsumen Erigo, (2) pengaruh yang signifikan *brand experience* terhadap perilaku *word of mouth marketing* pada konsumen Erigo, (3) pengaruh yang signifikan *brand love* terhadap perilaku *word of mouth marketing* pada konsumen Erigo, (4) pengaruh yang signifikan *brand attachment* terhadap perilaku *word of mouth marketing* pada konsumen Erigo.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode purposive sampling dengan kriteria konsumen Erigo yang berada di Yogyakarta. Terdapat jumlah responden sebanyak 99 orang yang memiliki kelompok berdasarkan jenis kelamin, usia, serta pendapatan per bulan. Analisis data dengan melakukan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi menggunakan SPSS 27.

Temuan : Terdapat hasil yang menunjukkan bahwa: (1) *brand experience*, *brand love*, dan *brand attachment* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth marketing* pada konsumen Erigo, (2) *brand experience* berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth marketing* pada konsumen Erigo, (3) *brand love* tidak berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth marketing* pada konsumen Erigo, (4) *brand attachment* berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth marketing* pada konsumen Erigo.

Keterbatasan Penelitian : Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam keterlibatan sampel yang hanya menggunakan responden berdasarkan aspek demografi dan geografis, serta penelitian ini hanya mencakup industri *fashion* yang hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke sektor industri lain.

Implikasi Penelitian : Terdapat implikasi yang menunjukkan bahwa perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran dengan media *word of mouth marketing* untuk keterlibatan aktif konsumen, serta meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran.

Orisinalitas : Kontribusi orisinalitas penelitian ini ditunjukkan melalui pendalaman pengaruh *brand experience*, *brand love*, dan *brand attachment* terhadap *word of mouth marketing* dengan studi unik pada merek *fashion* lokal (Erigo) dengan grup vokal wanita (JKT48) yang belum dibahas di berbagai literatur lain.

Kata Kunci : *Brand Experience*, *Brand Love*, *Brand Attachment*, dan *Word of Mouth Marketing*

PENGARUH PELATIHAN DIGITAL DAN PENILAIAN KINERJA DIGITAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN MOTIVASI KARYAWAN SEBAGAI MEDIASI

Vikram Budhi Herlambang, Theresia Agung Maryudi Harsiwi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
210325997@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelatihan digital dan penilaian kinerja digital terhadap kinerja karyawan serta menganalisis peran motivasi kerja dalam memediasi pengaruh pelatihan digital dan penilaian kinerja digital terhadap kinerja karyawan tersebut. Keberhasilan transformasi digital tidak tergantung pada teknologi itu sendiri, tetapi juga pada aspek psikologis karyawan. Teknologi canggih tidak akan efektif jika karyawan tidak merasa termotivasi untuk menggunakannya.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei pada 56 karyawan perusahaan yang dipilih secara *purposive sampling* dengan kriteria masa kerja minimal 1 tahun. Kuesioner disebarikan secara *online* dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji keterkaitan antar variabel penelitian.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan pelatihan digital dan penilaian kinerja digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan, sedangkan motivasi karyawan memediasi pengaruh pelatihan digital dan penilaian kinerja digital terhadap kinerja karyawan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada tidak semua karyawan memiliki tingkat penerimaan teknologi yang sama, sehingga ada faktor kesiapan digital (*digital readiness*) menjadi kendala penerapan pelatihan digital dan penilaian kinerja digital, yang berdampak pada kinerja karyawan.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini menunjukkan manajemen perlu memastikan pelatihan digital yang diterapkan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup aspek adaptasi dan kesiapan mental karyawan terhadap digitalisasi, sehingga dapat meningkatkan keterampilan karyawan dan mempercepat proses kerja. Selain itu manajemen perlu memastikan sistem penilaian kinerja digital yang diterapkan adil, transparan, dan berbasis data akurat untuk meningkatkan kepercayaan karyawan. Adanya sistem umpan balik (*feedback system*) yang terintegrasi dalam penilaian kinerja digital lebih efektif dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada pemahaman motivasi karyawan sebagai faktor kunci yang menjadi landasan perusahaan dalam merancang strategi digitalisasi SDM yang lebih efektif. Penelitian ini menjadi relevan di era digital saat perusahaan semakin mengandalkan teknologi pada pelatihan digital dan penilaian kinerja digital dalam pengelolaan SDM.

Kata kunci: pelatihan digital, penilaian kinerja digital, motivasi karyawan, kinerja karyawan

PERAN *GRAPEVINE COMMUNICATION* DALAM RELASI KELOMPOK DI ORGANISASI SUARA.COM

Kezia Tarraisma Kamlasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
keziatarraisma@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *grapevine communication* dalam relasi kelompok di organisasi Suara.com guna menyadarkan bahwa *grapevine communication* dapat berperan dalam menunjang kekompakan kelompok dan mempercepat aliran informasi antarkaryawan dalam organisasi.

Desain dan Metodologi Penelitian : Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, khususnya studi kasus tunggal yang berfokus pada Suara.com sebagai sebuah organisasi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini yaitu lima informan yang merupakan anggota dari sebuah kelompok informal yang ada di Suara.com dan secara kebetulan menjadi perwakilan dari beberapa divisi di Suara.com

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa *grapevine communication* berperan dalam memenuhi kebutuhan *personal* karyawan melalui interaksi dalam kelompok yang memberikan rasa nyaman bagi para anggota. Adanya relasi sosial yang dibangun dalam kelompok *grapevine* memudahkan karyawan dalam mengomunikasikan pekerjaan dan membuat para anggota menjadi lebih terbuka satu sama lain terhadap masukan yang dapat berdampak positif bagi performa karyawan. *Grapevine communication* dalam relasi kelompok memenuhi kebutuhan sosial-emosional karyawan melalui harga diri yang didapatkan melalui penerimaan dan keterlibatan dalam kelompok serta rasa kebersamaan yang diberikan oleh kelompok informal.

Keterbatasan Penelitian: Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya berfokus pada satu kelompok informal yang ada di Suara.com Jakarta.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah organisasi perlu membuat program komunikasi internal terkait dengan keterlibatan karyawan sehingga para karyawan dapat berinteraksi satu sama lain dari divisi yang berbeda-beda. Hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan interaksi karyawan di dalam sebuah organisasi.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah *grapevine communication* dalam relasi kelompok seringkali menimbulkan adanya desas-desus atau gosip yang berdampak negatif bagi sebuah organisasi jika tidak dikelola dengan baik. Namun, *grapevine communication* justru akan menjadi pelengkap komunikasi formal dan berdampak positif bagi organisasi jika dikelola dengan baik.

Kata kunci: *Grapevine Communication, Kelompok Informal, Komunikasi Organisasi*

KARAKTERISTIK PENGGUNA INSTAGRAM DALAM PENCARIAN INFORMASI TENTANG TOKO ROTI

(*Cluster Analysis* pada *followers* Instagram Toko Roti MAKO, Elder Patisserie, Circles Bakery, Holland Bakery, dan Tous Les Jours)

Michael Amadeo Effendi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

michaelamadeo03@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan memetakan karakteristik pengguna Instagram dalam pencarian informasi tentang toko roti menggunakan pendekatan teori *Uses and Gratification* untuk mengidentifikasi faktor kepuasan audiens (kognitif, afektif, kebutuhan personal, integrasi sosial, dan hiburan). Sehingga dilakukan *cluster analysis* pada *followers* Instagram Toko Roti MAKO, Elder Patisserie, Circles Bakery, Holland Bakery, dan Tous Les Jours.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian kuantitatif eksploratif menggunakan *survey* dengan teknik analisis distribusi frekuensi, tabulasi silang, dan *cluster analysis*. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah kumulatif dari pengikut lima akun toko roti sejumlah 745.700 akun. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* sebesar 10%. Diambil 100 responden sebagai sampel, menggunakan metode *quota sampling* secara proporsional berdasarkan jumlah pengikut akun Instagram MAKO, Elder Patisserie, Circles Bakery, Holland Bakery, dan Tous Les Jours.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan ada 12 faktor yang secara signifikan membedakan setiap klaster, yaitu domisili, kategori usia, pekerjaan, pengeluaran, tujuan membeli roti, tindakan terhadap pesan, konten yang disukai, hingga kepuasan pada dimensi kognitif, afektif, kebutuhan personal, integrasi sosial, dan hiburan. Berdasarkan hasil *cluster analysis*, didapatkan empat klaster, yaitu *Exclusive Professionals (1%)*: Profesional usia 26–35 tahun di Sleman dengan pengeluaran tinggi. Sangat aktif di Instagram, menyukai konten promosi dan estetika mewah, serta menunjukkan kepuasan tinggi, terutama pada informasi produk premium. *Urban Enthusiasts (13%)*: Mahasiswa, tenaga pendidik, dan profesional muda di kota besar seperti Jakarta dan Malang, dengan pengeluaran sedang. Aktif di Instagram, menyukai *storytelling*, dan puas secara kognitif dan afektif. Favorit mereka adalah cerita di balik pembuatan roti. *Young Explorers (43%)*: Mahasiswa dan karyawan muda di Sleman dan Yogyakarta dengan pengeluaran rendah–sedang. Aktif mencari info roti di Instagram, menyukai promosi, dan puas secara kognitif dan afektif. Konten favorit: promo diskon dan informasi produk baru. *Social Butterflies (43%)*: Mahasiswa dan karyawan muda di Yogyakarta, Sleman, dan kota lain dengan pengeluaran rendah. Sangat aktif di media sosial, suka berinteraksi, dan puas di semua dimensi termasuk integrasi sosial. Konten favorit: *storytelling* interaktif dan diskusi

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi secara statistik. *Non-probability sampling* tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel, karena pemilihan dilakukan berdasarkan *quota* tertentu, seperti jumlah pengikut akun Instagram toko roti, bukan secara acak. Oleh karena itu, hasil penelitian ini hanya merepresentasikan pola karakteristik pengguna dalam ruang lingkup toko roti yang diteliti, bukan keseluruhan pengguna Instagram atau toko roti lainnya. Meskipun demikian, secara teoritis, pola yang ditemukan dapat menjadi gambaran awal bagi toko roti lain untuk mengembangkan strategi pemasaran mereka.

Implikasi Penelitian: Hasil menunjukkan bahwa setiap klaster memiliki preferensi konten, tingkat keterlibatan, dan kepuasan yang berbeda, sehingga secara praktik bermanfaat untuk penyesuaian strategi promosi berdasarkan karakteristik masing-masing kelompok. Secara akademik, penelitian ini juga memperkaya literatur tentang penggunaan teori *Uses and Gratification* dan metode *cluster analysis* untuk memetakan karakteristik audiens.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah implementasi *cluster analysis* untuk memetakan perilaku audiens dalam menggunakan media sosial. Pada konteks ini adalah *followers* instagram akun toko roti. Hasilnya berupa klaster-klaster yang memiliki karakteristik unik masing-masing. Sehingga pemetaan ini dapat menjadi dasar untuk melakukan kegiatan promosi yang tepat sasaran sesuai preferensi audiens.

Kata kunci: *Cluster Analysis, Komunikasi Pemasaran, Pengguna Instagram, Uses and Gratification.*

EKSPLORASI KONSEP *HIGHEST AND BEST USE* MELALUI ANALISIS BIBLIOMETRIK BERBASIS VOSVIEWER

I Gusti Ayu Prili Saraswati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
prilisaraswati01@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tren dan perkembangan penelitian terkait konsep *Highest and Best Use* (HBU) dalam konteks penilaian properti, perencanaan tata ruang, dan pengembangan lahan melalui pendekatan bibliometrik. Penelitian ini juga bertujuan untuk memetakan hubungan antar-topik, mengidentifikasi kata kunci dominan, serta kolaborasi ilmiah dalam ranah studi HBU menggunakan perangkat lunak VOSviewer.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode **kajian literatur sistematis berbasis bibliometrik**. Data dikumpulkan dari Google Scholar dengan kata kunci “Highest and Best Use Property”. Dari hasil pencarian awal sebanyak 287 artikel, diseleksi 20 artikel utama yang dianalisis secara mendalam. Analisis dilakukan dengan pendekatan bibliometrik menggunakan perangkat lunak **VOSviewer** untuk memvisualisasikan jaringan kata kunci dan kolaborasi penulis. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi tren publikasi, intensitas kolaborasi ilmiah, serta peta konseptual topik yang berkaitan dengan HBU dalam bidang valuasi properti.

Temuan: Hasil analisis menunjukkan bahwa Konsep HBU semakin berkembang dalam pendekatan multidisiplin, mencakup aspek legalitas, fisik, finansial, dan produktivitas. Istilah-istilah seperti *lahan kosong*, *real estate*, dan *penilaian properti* menjadi kata kunci yang sering muncul dalam publikasi. Kolaborasi ilmiah dalam topik ini masih terbatas dan cenderung terpusat di ekosistem akademik lokal dan regional. Banyak penelitian HBU fokus pada studi kasus lahan kosong dengan output rekomendasi properti terbaik berdasarkan pendekatan kuantitatif (NPV, IRR, ROI). Visualisasi bibliometrik membantu menunjukkan wilayah riset yang padat maupun yang masih memiliki gap.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Data hanya diambil dari Google Scholar, sehingga berpotensi mengabaikan publikasi penting dari basis data lain seperti Scopus atau Web of Science. Analisis hanya mencakup artikel dalam kurun waktu terbatas dan berbahasa Indonesia/Inggris yang tersedia secara terbuka.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan peta konseptual dan arah riset di bidang valuasi properti dan pengembangan lahan berbasis prinsip HBU. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini dapat digunakan oleh praktisi properti dalam mempertimbangkan pemanfaatan optimal lahan. Pemerintah daerah dalam perencanaan tata ruang berbasis data akademik. Akademisi sebagai dasar pengembangan riset interdisipliner yang mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, lingkungan, dan teknologi.

Orisinalitas: Penelitian ini memiliki orisinalitas dalam hal pendekatan metodologis, yaitu menggunakan analisis **bibliometrik dengan VOSviewer** untuk mengeksplorasi perkembangan konsep HBU. Studi sebelumnya umumnya bersifat studi kasus atau kuantitatif terhadap satu lokasi. Pendekatan ini memperluas perspektif dengan memetakan lanskap literatur secara sistematis dan visual, yang jarang dilakukan dalam konteks valuasi properti di Indonesia.

Kata kunci: *Highest and Best Use* , *Bibliometrik*, *valuasi properti*, *tata guna lahan*, *real properti*.

PROSES DIFUSI-ADOPSI INOVASI PENGGUNAAN INSTAGRAM @KRATONJOGJA SEBAGAI PELESTARIAN BUDAYA KARATON NGAYOGYAKARTA HADININGRAT

Sri Putri Wahyuningsih
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
210907520@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses difusi-adopsi inovasi penggunaan Instagram @kratonjogja sebagai pelestarian budaya Karaton Ngayogyakarta Hadiningrat berdasarkan lima tahapan utama pada teori Difusi Inovasi milik Everett M. Rogers. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan bagaimana Instagram diterima, diimplementasikan dan dimaknai oleh Keraton Yogyakarta sebagai strategi pelestarian budaya di era digital.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi proses difusi-adopsi inovasi penggunaan Instagram @kratonjogja sebagai pelestarian budaya Keraton Yogyakarta. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memahami secara mendalam tahapan adopsi inovasi berdasarkan teori Difusi Inovasi dari Rogers. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi langsung pada aktivitas Keraton Yogyakarta, serta dokumentasi unggahan dan aktivitas digital @kratonjogja

Temuan: Hasil penelitian menemukan bahwa proses difusi-adopsi inovasi penggunaan Instagram @kratonjogja sebagai pelestarian budaya Keraton Yogyakarta berjalan dengan sesuai lima tahapan teori Difusi Inovasi oleh Rogers (1995): pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Keputusan adopsi dilakukan secara bertahap, dengan keterlibatan otoritas internal, yaitu raja yang bertahta. Hasilnya menunjukkan bahwa inovasi digital tidak bertentangan dengan nilai tradisional, melainkan menjadi strategi relevan untuk menjangkau publik lebih luas. Pemanfaatan fitur interaktif Instagram disertai perencanaan konten yang matang berhasil memperkuat eksistensi budaya di era digital.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan *platform* yang hanya berfokus pada instagram, serta sudut pandang yang terbatas pada pihak internal Keraton Yogyakarta. Penelitian belum mengkaji respons atau persepsi audiens terhadap konten yang diunggah.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah penggunaan media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi strategi efektif dalam pelestarian budaya oleh institusi tradisional. Temuan ini dapat mendorong penelitian lainnya untuk mengeksplorasi *platform* lain seperti TikTok serta pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak terhadap pemahaman budaya.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah menganalisis secara mendalam proses difusi-adopsi inovasi penggunaan Instagram oleh institusi budaya tradisional, yaitu Keraton Yogyakarta, dalam pelestarian budaya. Pendekatan ini berbeda dari studi sebelumnya karena menyoroti dinamika internal kelembagaan dan keterlibatan otoritas budaya, serta menerapkan teori Difusi Inovasi milik Rogers secara utuh melalui lima tahap utama.

Kata kunci: *Difusi Inovasi, Instagram, Keraton Yogyakarta, Pelestarian Budaya*

MOTIF DAN KEPUASAN *FOLLOWERS* INSTAGRAM @SCHOTERS TERKAIT INFORMASI BEASISWA DAN STUDI LANJUT KE LUAR NEGERI

Fidela Nathania¹

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹
210907524@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Schoters merupakan perusahaan *start-up* yang menyediakan layanan dan informasi untuk persiapan studi luar negeri mulai dari persiapan tes bahasa asing, melakukan bimbingan, hingga pendaftaran studi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesenjangan antara motif dan kepuasan *followers* saat mengakses media sosial Instagram @schoters, khususnya pada informasi beasiswa dan studi lanjut ke luar negeri.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan kuantitatif eksplanatif dengan metode penelitian berupa survei melalui Google Form. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @schoters sebanyak 1,4 juta per tanggal 23 September 2024. Sampel sebanyak 100 orang yang diambil menggunakan *non-probability sampling* dan *purposive sampling* dengan karakteristik responden dalam mengisi kuesioner adalah telah menjadi *followers* akun Instagram @schoters dengan usia 18-25 tahun dan memiliki rencana untuk mengikuti beasiswa dan studi lanjut ke luar negeri. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan uji Kolmogorov-Smirnov.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara motif dan kepuasan yang diperoleh *followers*. Kesenjangan antara *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)* yang tidak memenuhi kepuasan *followers* terdapat pada indikator pengawasan (*surveillance*) dan identitas (*personal identity*), sedangkan indikator integrasi dan interaksi sosial (*personal relationship*) telah berhasil memenuhi harapan dan kebutuhan *followers* Instagram @schoters.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini hanya menggunakan metode penelitian kuantitatif sehingga tidak dapat mengeksplor lebih dalam terkait faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan *followers* Instagram @schoters, khususnya pada indikator pengawasan (*surveillance*) dan identitas (*personal identity*).

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian diharapkan dapat menambah referensi mengenai penerapan teori *uses and gratification* dalam konteks media sosial, khususnya Instagram. Selain itu, diharapkan akun Instagram @schoters dapat memperluas penyebaran informasi beasiswa dan studi lanjut ke luar negeri dengan menggunakan platform media sosial lainnya, serta melakukan survei untuk meningkatkan relevansi konten yang dapat memenuhi kebutuhan inspirasi dan motivasi.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah penggunaan teori *uses and gratification* pada akun Instagram @schoters masih jarang diteliti sehingga dapat menambah wawasan baru bagi akademisi dan praktisi, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Kata kunci: *Informasi Beasiswa, Instagram, Schoters, Studi Lanjut, Uses and Gratification.*

PERAN PIMPINAN DALAM MEMBENTUK IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM START UP DIGITAL

Yohanes Sutanto¹, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹,
yohanessutanto03@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : *Start up* adalah sebuah organisasi yang dibentuk untuk menghasilkan produk atau layanan baru dalam situasi yang penuh ketidakpastian. Dalam konteks ini, relasi yang kuat antara pemimpin dan karyawan menjadi fondasi penting untuk menciptakan iklim komunikasi organisasi positif yang dapat meningkatkan semangat kerja dan produktivitas di dalam organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran pimpinan dalam membentuk iklim komunikasi organisasi yang ada dalam *start up digital*, yaitu CV Nabila Zafira Mahalia (Nazma Office).

Desain dan Metodologi Penelitian : Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma interpretif. Penelitian difokuskan pada cara berkomunikasi antara pemilik dan karyawan, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap *owner* dan tiga karyawan. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap menurut Miles dkk, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pimpinan CV Nabila Zafira Mahalia berperan dalam membentuk iklim komunikasi organisasi yang suportif. Kepemimpinan yang mengedepankan empati, keterbukaan, dan fleksibilitas tercermin dalam struktur organisasi yang datar. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip aliran hubungan manusiawi dan berhasil menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif. Meskipun pendekatan tersebut belum ideal, khususnya dalam menghadapi situasi yang membutuhkan ketegasan dan struktur, namun pengalaman ini menunjukkan pentingnya kombinasi antara pendekatan manusiawi dan prinsip klasik supaya keseimbangan antara produktivitas dan harmoni tetap terjaga.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada data wawancara dan observasi pada waktu tertentu, sehingga hasilnya dapat berubah ketika ada perubahan kebijakan. Selain itu, pendekatan kualitatif memberikan pemahaman mendalam, namun temuan tidak dapat digeneralisasi secara statistik dan perlu diuji pada konteks organisasi lain.

Implikasi Penelitian: CV Nabila Zafira Mahalia dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan menyeimbangkan pendekatan hubungan manusiawi dan aliran klasik melalui komunikasi terbuka serta kejelasan tugas dan SOP. Evaluasi berbasis indikator juga perlu diterapkan agar fleksibilitas waktu tetap sejalan dengan disiplin dan tanggung jawab kerja.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada pembahasannya mengenai peran pimpinan dalam membentuk iklim komunikasi organisasi dalam *start up digital* yang masih jarang dibahas dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang lebih banyak meneliti iklim komunikasi organisasi dalam perusahaan berbasis korporasi besar.

Kata kunci: *CV Nabila Zafira Mahalia, Komunikasi Organisasi, Peran Pimpinan, Start Up Digital*

IMPLEMENTASI ELEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN WIRATEA SPICES BAR DALAM MENGENALKAN MINUMAN REMPAH

Silvia Kesia Sekar Ratri¹

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹

Ratrisilvia133@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Wiratea Spices Bar merupakan salah satu kedai minuman yang menjual produk minuman rempah yang dikemas dengan cara menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara Wiratea Spices bar untuk mengimplementasikan elemen komunikasi pemasaran pada produk minumannya yang *niche*.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini dilakukan dengan melakukan analisis menggunakan teori komunikasi pemasaran dengan konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan *marketing mix*. Dengan melalui metode kualitatif deskriptif dan metode studi kasus dalam hal ini adalah elemen komunikasi pemasaran yang dilakukan, dan melakukan wawancara mendalam pada pihak Wiratea Spices Bar yakni pemilik dan barista serta konsumen Wiratea Spices Bar.

Temuan: Wiratea Spices Bar telah melakukan penerapan elemen komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan *marketing mix* yakni menonjolkan keunikan produk melalui adanya diferensiasi produk, penentuan harga yang mengedepankan pada value produk yang dijual, penggunaan media *e-commerce*, melakukan promosi pada media sosial Instagram, interaksi antara barista dan pelanggan, konsep *story telling* untuk menunjukkan proses pembuatan produk dan konsep bangunan dan desain produk yang ditonjolkan menjadi cara komunikasi pemasaran yang dilakukan. Dengan demikian, penerapan elemen komunikasi pemasaran yang tepat dapat menjadi kunci dalam mengenalkan produk *niche* seperti minuman rempah kepada khalayak yang lebih luas.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan metode kualitatif deskriptif yang lebih banyak menggali data melalui wawancara dan observasi, diperlukan penelitian lanjutan yang metode kuantitatif dengan pengukuran statistik sehingga dapat menganalisis efektivitas strategi komunikasi pemasaran Wiratea Spices Bar terhadap peningkatan minat beli konsumen.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah Wiratea Spices Bar dapat melakukan studi kepada konsumen untuk mengetahui preferensi konsumen dengan lebih tepat. Perlu adanya penelitian untuk mengkaji bagaimana perubahan preferensi konsumen memengaruhi strategi komunikasi pemasaran di industri minuman berbasis rempah.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah implementasi elemen komunikasi pemasaran pada minuman rempah yang merupakan produk *niche*, mengingat ketertarikan pada rempah semakin menurun dan pengetahuan serta preferensi pada hal-hal tradisional juga terbatas. Ditambah juga dengan pertumbuhan kedai minuman yang semakin banyak, sehingga cara Wiratea Spices Bar

mempromosikan dan menyampaikan produk minuman rempahnya merupakan keunikan pada penelitian ini.

Kata kunci: *komunikasi pemasaran, marketing mix, minuman rempah*

PENGARUH KUALITAS KOMUNIKASI ANTAR KARYAWAN MELALUI MEDIA SOSIAL WHATSAPP TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA CV. VOBIDN

Hiacinta Resivenda Putri Aruni
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
hiacinta76@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kualitas komunikasi melalui pesan teks WhatsApp terhadap efektivitas kerja karyawan CV. VOBIDN. Dalam konteks organisasi, kualitas komunikasi interpersonal antara karyawan dan pimpinan maupun antar sesama karyawan menjadi salah satu kunci dan faktor krusial yang menentukan efektivitas kerja karyawan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini mengambil perspektif komunikasi organisasi yang kemudian dianalisis dengan Teori Hubungan Manusia.

Desain dan Metodologi Penelitian: Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Data penelitian diperoleh melalui metode survei dengan teknik pengumpulan data kuesioner *online* yang telah diuji validitas serta reliabilitasnya dan didistribusikan kepada 40 karyawan aktif CV. VOBIDN. Analisis dan olah data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 27,2% dan nilai signifikansi $<0,05$ yang telah membuktikan hipotesis dari penelitian ini bahwa kualitas komunikasi melalui WhatsApp berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja karyawan. Temuan ini mengisyaratkan bahwa terjalannya kualitas komunikasi yang baik dalam CV. VOBIDN dapat berdampak pada efektivitas kerja karyawannya.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini berfokus pada perusahaan *Multi Channel Network* yang menggunakan sistem komunikasi secara *online* melalui pesan teks media sosial WhatsApp, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk perusahaan lainnya dengan sistem komunikasi dan media komunikasi yang berbeda.

Implikasi Penelitian: Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mengidentifikasi masalah komunikasi yang ada secara berkala, menyusun pedoman standar komunikasi yang jelas, serta menggunakan aplikasi tambahan yang mendukung manajemen tugas atau kolaborasi untuk melengkapi fitur WhatsApp, sehingga komunikasi dan alur kerja menjadi lebih efisien dan terorganisasi. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai peran kualitas komunikasi pesan teks melalui media sosial dalam lingkup perusahaan.

Orisinalitas: Kontibusi orisinalitas penelitian ini terletak pada eksplorasi terkait bagaimana peran kualitas komunikasi pesan teks melalui media sosial WhatsApp pada efektivitas kinerja karyawan pada perusahaan berbasis *Multi Channel Network*, yang masih jarang untuk diteliti. Oleh karena itu, studi ini memberikan wawasan baru bagi akademisi dalam bidang komunikasi organisasi dan menjadi relevan dengan kehidupan digital saat ini.

Kata Kunci: *Efektivitas Kerja, Kualitas Komunikasi, Komunikasi Organisasi, WhatsApp*

PENGARUH TERPAAN KONTEN IKLAN AKUN TIKTOK @DICTIONAREI DAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* REIZUKA ARI TERHADAP MINAT BELI PRODUK ELFORMULA INTENSIVE PEELING SOLUTION: STUDI EKSPLANATIF PADA PENGIKUT AKUN TIKTOK @DICTIONAREI

Melita Gelasia

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta
gelasiamelita29@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh terpaan konten iklan pada akun TikTok @dictionary dan kredibilitas influencer Reizuka Ari terhadap minat beli produk Elformula Intensive Peeling Solution. Mengacu pada model stimulus-respons, penelitian ini memandang terpaan konten iklan (unsur pesan) dan kredibilitas *influencer* (unsur komunikator) sebagai stimulus yang dapat memengaruhi respons audiens, yaitu minat beli.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tiga variabel utama, yaitu terpaan konten iklan akun TikTok @dictionary, kredibilitas *influencer* Reizuka Ari, dan minat beli produk Elformula Intensive Peeling Solution. Model stimulus-respons dan konsep komunikasi pemasaran digunakan sebagai landasan teori. Populasi pada penelitian ini adalah pengikut pada akun TikTok @dictionary yang berjumlah 5.000.000 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden mencakup individu yang mengetahui produk Elformula Intensive Peeling Solution dan menonton konten iklan produk Elformula Intensive Peeling Solution pada akun TikTok @dictionary. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 385 responden.

Temuan: Berdasarkan model komunikasi stimulus-respons dan komunikasi pemasaran, hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten iklan akun TikTok @dictionary berpengaruh sebesar 27,9% terhadap minat beli produk Elformula Intensive Peeling Solution. Sementara itu, kredibilitas *influencer* Reizuka Ari berpengaruh sebesar 28,5%. Meskipun secara parsial kedua variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang relatif kecil, ketika digabungkan secara simultan, pengaruhnya meningkat menjadi 38,2%. Hal ini menunjukkan bahwa unsur pesan (terpaan konten iklan) dan unsur komunikator (kredibilitas *influencer*) memiliki dampak yang lebih besar terhadap minat beli apabila dikombinasikan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam persebaran responden sehingga kurang menganalisis segmentasi sampel yang dikumpulkan, seperti kategori usia dan jenis kelamin. Padahal, segmentasi terkait usia dan jenis kelamin berpotensi memengaruhi penyampaian pesan dalam komunikasi pemasaran.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah komunikator dapat lebih mengembangkan sisi interaktif sehingga memicu audiens untuk terlibat melalui kolom komentar. Selain itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya mempertimbangkan bagaimana audiens mengolah informasi

yang diperoleh dengan menggunakan *Elaboration Likelihood Model* (ELM), seperti menganalisis jalur sentral dan periferal. Hal ini dilakukan guna melihat komunikasi pemasaran melalui perspektif yang berbeda.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini terletak pada fokus penyampaian komunikasi yang menekankan unsur pesan dan komunikator dalam memengaruhi perilaku konsumen, khususnya minat beli. Selain itu, penelitian ini menganalisis perbedaan pengaruh unsur pesan dan komunikator, baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: *Komunikasi pemasaran, kredibilitas influencer, minat beli, terpaan konten iklan, TikTok.*

PENGARUH SERVICE QUALITY MASHKIES GO - TREASURE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Eksplanatif pada Anggota Group Chat MASHKIES GO - TREASURE di Aplikasi LINE)

Ni Putu Alleyna Widyaning Putri Universitas
Atma Jaya Yogyakarta
alleynaptr18@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mengkaji pengaruh *service quality group order* MASHKIES GO - TREASURE terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan *Stimulus-Response Theory*. Dalam konteks komunikasi pemasaran, penyampaian *service quality* sebagai pesan atau stimulus harus dapat melebihi atau minimal sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena ditemukan dimensi *service quality* yang belum sesuai dengan harapan konsumen, maka penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *service quality* terhadap kepuasan konsumen dalam sebuah bisnis *group order*.

Desain dan metodologi penelitian: Metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif eksplanatif ini adalah metode survei. Metode survei dilakukan dengan penyebaran instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan uji reliabilitas kepada 83 responden yang merupakan konsumen dari *group order* MASHKIES GO - TREASURE. Pengolahan data hasil kuesioner dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 dengan tahapan uji normalitas, uji linearitas, uji korelasi, dan uji regresi sederhana pada variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil olah data pada penelitian ini menunjukkan penerimaan hipotesis yang menyatakan *service quality* MASHKIES GO - TREASURE berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *group chat* MASHKIES GO - TREASURE di aplikasi LINE. Adapun besar pengaruh yang terbukti adalah sebanyak 58,5% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *service quality* MASHKIES GO - TREASURE, dan 41,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini juga berhasil membuktikan asumsi teori Stimulus-Response, bahwa ketika *stimulus* (S) berupa *service quality* yang merupakan pesan komunikasi pemasaran MASHKIES GO - TREASURE disampaikan kepada konsumen, maka akan menghasilkan *response* (R) berupa kepuasan konsumen.

Keterbatasan penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait dengan sampel responden yang tidak dikelompokkan berdasarkan frekuensi pembelian dan jangka waktu bergabung dalam *group chat* MASHKIES GO - TREASURE. Oleh karena itu, penelitian ini hanya terbatas pada analisis karakteristik usia dan jenis kelamin responden, tanpa mempertimbangkan apakah responden merupakan konsumen yang baru pertama kali melakukan transaksi atau sudah berulang kali bertransaksi.

Implikasi: Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa MASHKIES GO - TREASURE harus meningkatkan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) pada kecepatan dalam menanggapi *personal chat* konsumen dan dimensi jaminan (*assurance*) pada menjamin kemampuan dalam mengatur pengiriman *merchandise* kepada konsumen dapat semakin melampaui harapan dan ekspektasi konsumen. Penelitian ini juga berimplikasi pada perkembangan ilmu komunikasi karena mengukur pengaruh pesan komunikasi pemasaran terkait *service quality* terhadap pemberian respon konsumen berupa kepuasan konsumen.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah eksplorasi mendalam terkait komunikasi sebagai bagian dari *service quality* dalam *group order* MASHKIES GO - TREASURE. Objek penelitian yang merupakan sebuah *group order* K-Pop yang dikaji dalam sudut pandang bisnis juga masih jarang diteliti dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, studi ini memberikan wawasan baru bagi akademisi dalam bidang komunikasi pemasaran serta relevan dengan proses kelangsungan hidup sebuah bisnis.

Kata kunci penelitian: komunikasi pemasaran, kepuasan konsumen, *service quality*.

PERILAKU GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN *GADGET* (STUDI DESKRIPTIF HUBUNGAN TINGKAT PENGGUNAAN *GADGET* DENGAN TINGKAT PRESTASI AKADEMIK PADA SISWA SMA & SMK DI JAKARTA SELATAN)

Theresia Dwi Handayani¹

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹ teredwih@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Fenomena penggunaan gadget menjadi sorotan penting di kalangan generasi z yang seringkali lupa waktu ketika menggunakan gadget untuk kepentingan non-akademik maupun akademik. Hal tersebut memunculkan masalah mengenai hubungan dari tingkat penggunaan gadget dengan tingkat prestasi akademik generasi z pada siswa SMA dan SMK salah satunya di Jakarta Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai perilaku generasi z dalam menggunakan gadget dan hubungannya dengan prestasi akademik terutama pada siswa SMA dan SMK di Jakarta Selatan berdasarkan *media equation theory*. Melihat seberapa besar hubungan hubungan tingkat penggunaan gadget generasi z terhadap tingkat prestasi akademik pada siswa SMA di Jakarta Selatan. Melihat hubungan tingkat penggunaan gadget generasi z terhadap tingkat prestasi akademik pada siswa SMK di Jakarta Selatan. Menemukan seberapa besar hubungan Tingkat Penggunaan *Gadget* dengan Tingkat Prestasi Akademik. Membandingkan hubungan tingkat penggunaan *gadget* generasi z terhadap tingkat prestasi akademik antara siswa SMA dan SMK di Jakarta Selatan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif untuk memperoleh data menggunakan metode survei melalui kuesioner. Tahapan penelitian yang dilakukan yaitu menyusun proposal penelitian, melakukan observasi, menentukan instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas, mengumpulkan data melalui kuesioner, mengolah data menggunakan uji korelasi, dan penyajian data. Variabel penelitian ini adalah Tingkat Penggunaan *Gadget* (X) dan Tingkat Prestasi Akademik (Y). Populasi penelitian ini merupakan siswa/i SMA dan SMK di Jakarta Selatan sebanyak 90.271 siswa. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* sebanyak 5% rumus Slovin dari jumlah populasi yakni 398 siswa di Jakarta Selatan (199 siswa SMA dan 199 siswa SMK).

Temuan: Teori *media equation* menurut Reeves dan Nass (1996) tentang memahami bahwa manusia memperlakukan media selayaknya manusia, karena adanya kedekatan antara pengguna dengan *gadget* melibatkan aspek fisik, emosional, dan psikologis. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan *gadget* siswa SMA dan SMK tergolong tinggi. Temuan data yang diperoleh melalui uji korelasi Spearman, tingkat penggunaan *gadget* dengan prestasi akademik pada siswa SMA di Jakarta Selatan lebih besar, dibandingkan dengan siswa SMK di Jakarta Selatan. Berdasarkan temuan data, tingkat penggunaan *gadget* dengan tingkat prestasi akademik terdapat hubungan yang lemah sebesar 0,200 pada siswa SMA di Jakarta Selatan dan sebesar 0,195 pada siswa SMK di Jakarta Selatan. Pada hasil uji korelasi Spearman, diperoleh koefisien sebesar 0,206 dengan signifikansi $p < 0,001$ menunjukkan terdapat hubungan yang positif tapi lemah pada tingkat penggunaan *gadget* dengan tingkat prestasi akademik siswa SMA dan SMK di Jakarta Selatan. Hipotesis penelitian ini terbukti bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan *gadget* maka semakin tinggi prestasi akademik. Hal ini dikarenakan siswa SMA dan SMK di Jakarta Selatan kecenderungan dominan menggunakan *gadget* untuk kebutuhan akademik dibandingkan kebutuhan non-akademik. Selain itu, mereka mempercayai informasi yang diberikan melalui *gadget* karena mereka cenderung mencari jawaban langsung melalui internet. Dengan demikian, teori persamaan media atau *media equation theory* terbukti dalam penelitian ini, karena kecenderungan

dominan siswa SMA dan SMK di Jakarta Selatan menggunakan *gadget* dengan melibatkan aspek fisik, emosional, dan psikologis.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penelitian kuantitatif bersifat deskriptif dengan menggunakan uji korelasi, sehingga tidak menjelaskan adanya hubungan sebab-akibat.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini bagi penelitian selanjutnya yang ingin menggunakan topik serupa, dapat mengkaji pola perilaku penggunaan *gadget* pada siswa dan memperluas sampel maupun wilayah lokasi penelitian. Selain itu, bagi siswa SMA maupun SMK di Jakarta Selatan, sebaiknya membatasi waktu dalam bermain *gadget* terutama untuk kebutuhan non akademik. Namun, apabila *gadget* digunakan untuk kegiatan akademik seperti belajar sangat disarankan. Supaya kecanduan *gadget* tersebut dapat bermanfaat menjadi hal yang positif seperti, meningkatnya prestasi akademik.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah teori yang digunakan, subjek dan lokasi penelitian, serta indikator yang digunakan merupakan rujukan dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan *media equation theory* atau teori persamaan media untuk mengetahui tingkat penggunaan *gadget* dengan tingkat prestasi akademik pada siswa SMA dan SMK di Jakarta Selatan. Temuan data penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang meneliti dengan topik penggunaan *gadget* dengan prestasi belajar, penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan *gadget* maka semakin rendah tingkat prestasi akademik.

Kata kunci: *gadget, generasi z, jakarta selatan, media equation theory, penggunaan gadget, prestasi akademik.*

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS *AUGMENTED REALITY* MELALUI FITUR *VIRTUAL TRY ON* TERHADAP MINAT BELI PRODUK GARNIER HAIR COLOR: STUDI EKSPLANATIF PADA MAHASISWA

Christophora Ivannia Yovita

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

christophorai08@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran berbasis *agugmented reality* melalui teknologi *virtual try on* terhadap minat beli konsumen, dilihat dari perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), khususnya pada aspek *perceived enjoyment*, *perceived ease of use*, dan *perceived usefulness*.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatif, yaitu untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel dalam penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online kepada responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel dalam TAM dan minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Indonesia berusia 18–24 tahun yang pernah menggunakan fitur *virtual try on* Garnier Hair Color. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi pemasaran berbasis *Augmented reality* melalui fitur *virtual try on* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap produk Garnier Hair Color sebanyak 54.6%. Faktor kemudahan, interaktivitas, serta kesenangan yang dirasakan dari penggunaan fitur *virtual try on* Garnier Hair Color berkontribusi pada peningkatan minat beli produk secara signifikan, secara khusus pada minat transaksional dan minat eksploratif pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi teknologi interaktif dalam komunikasi pemasaran, efektif dalam menarik perhatian dan mendorong keputusan pembelian pada mahasiswa Indonesia.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada demografi pengguna yang dianalisis terbatas pada usia, jenis kelamin, dan pendapatan, tanpa mempertimbangkan faktor psikografis atau gaya hidup yang dapat memengaruhi minat beli produk.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai kebutuhan brand untuk melakukan inovasi dan pengembangan dalam melakukan pemasaran. Selain itu bagi peneliti selanjutnya dapat melihat kemungkinan pengaruh strategi komunikasi pemasaran dari sudut pandang yang berbeda seperti memperdalam sisi *customer experience* dari penggunaan fitur *virtual try on* Garnier Hair Color.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah mengkaji pengaruh komunikasi pemasaran berbasis *augmented reality* melalui fitur *virtual try on* terhadap minat beli dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). *Augmented reality* masih jarang digunakan dalam konteks komunikasi pemasaran produk kecantikan di Indonesia. Fokus pada segmen usia mahasiswa serta integrasi antara persepsi penerimaan teknologi dan minat beli memberikan perspektif baru terhadap pemasaran digital berbasis teknologi interaktif.

Kata kunci: *Augmented reality*, *Garnier Hair Color*, *komunikasi pemasaran*, *virtual try on*.

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* PADA PROGRAM *PARENT REFERRAL* TTK BPK PENABUR SERANG

Rahel Adventia Dinata¹

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹
adventrahel@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi yang dilakukan melalui media komunikasi *word of mouth* pada program *Parent Referral* yang dijalankan TTK BPK PENABUR Serang. Pada konteks pemasaran, komunikasi *word of mouth* dapat dilakukan secara lisan, tertulis, maupun elektronik sesama masyarakat mengenai keunggulan dan pengalaman dalam membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Pada penelitian ini, TTK BPK PENABUR Serang menjalankan promosi melalui program *Parent Referral* yang dilakukan oleh orang tua murid sebagai pemasar melalui komunikasi *word of mouth* kepada kerabat, saudara, atau teman.

Desain dan Metodologi Penelitian : Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk mengetahui implementasi komunikasi *word of mouth* dalam mempromosikan TTK BPK PENABUR Serang melalui program *Parent Referral*. Kepala Sekolah serta dua orang tua murid TTK BPK PENABUR Serang yang mengikuti program *Parent Referral* menjadi narasumber pada tahap pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Hasil temuan data tersebut dianalisis melalui tahap reduksi data untuk merangkum dan mengelompokkan hasil temuan data, kemudian penyajian data dalam bentuk uraian dan narasi, hingga kesimpulan serta verifikasi yang disajikan secara sistematis dari data yang sudah diperoleh.

Temuan: Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh *parent referral* dalam memasarkan sekolah termasuk dalam komunikasi *word of mouth* secara alami. Program *parent referral* ini ditemukan bahwa termasuk dalam salah satu bauran komunikasi pemasaran terpadu, yaitu *personal selling*. Penelitian ini menemukan bahwa ikatan sosial menjadi salah satu faktor dalam proses komunikasi *word of mouth*. Selain itu, melalui penelitian ini ditemukan bahwa program pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan ini tidak dilakukan oleh pihak internal atau tim pemasaran, melainkan oleh orang tua murid sebagai konsumen.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada kurangnya jumlah narasumber untuk memperoleh informasi lebih mendalam mengenai proses komunikasi *word of mouth* pada program *Parent Referral* dan terdapat wawancara kurang mendalam dengan dua narasumber lainnya karena dilakukan melalui aplikasi WhatsApp.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah pihak sekolah perlu lebih terbuka dalam menginformasikan program *Parent Referral* agar semakin banyak orang tua murid yang tertarik untuk mengikuti program ini. Pihak sekolah juga dapat melakukan *briefing* kepada *parent referral* mengenai isi pesan yang disampaikan ketika melakukan *word of mouth* kepada calon orang tua murid. Selain itu, secara teoritis penelitian ini dapat melakukan wawancara dengan lebih banyak narasumber sehingga mendapatkan perspektif lebih dalam proses komunikasi *word of mouth*.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada lembaga sekolah menjalankan program pemasaran yang dilakukan oleh orang tua murid sebagai konsumen sekolah tersebut dengan komunikasi *word of mouth* yang dilakukan secara alami. Program *referral* tersebut masih jarang dilakukan dan diteliti karena pada umumnya program referral dilakukan oleh tim internal dari Perusahaan atau lembaga itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan wawasan baru bagi akademisi dan praktisi dalam komunikasi pemasaran dan komunikasi *word of mouth* yang dilakukan oleh orang tua murid atau konsumen sebagai pelaku promosi.

Kata kunci: *Komunikasi, Parent Referral, Word of Mouth.*

SOSIALISASI BUDAYA T.R.U.S.T. PADA KARYAWAN BARU PT WAROENG STEAK INDONESIA

Raihan Ishaq Rajasa

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

raihan.ishaqr@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Budaya organisasi berperan sebagai salah satu cara perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendekatan PT Waroeng Steak Indonesia dalam mengenalkan dan menanamkan nilai-nilai T.R.U.S.T. kepada karyawan baru melalui tahapan sosialisasi seperti *pre arrival*, *encounter*, dan *metamorphosis*.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Data yang dibutuhkan pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara kepada 5 narasumber yakni *founder*, dua manajer, dan dua karyawan baru. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi partisipatif secara langsung di lingkungan setiap jam kerja perusahaan selama 6 bulan.

Temuan: Melalui hasil wawancara dan observasi partisipatif dalam lingkungan perusahaan, budaya organisasi memiliki peranan penting dalam mencapai visi dan misi PT Waroeng Steak Indonesia. Perusahaan telah mencapai berbagai capaian yang merupakan bagian dari visi dan misi perusahaan. Nilai yang terkandung dalam budaya T.R.U.S.T. dapat diimplementasikan dengan baik oleh karyawan perusahaan, meskipun terdapat ketidaksesuaian kegiatan dalam tahap sosialisasi yang disampaikan oleh manajerial dengan pengalaman yang telah dilalui karyawan baru.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada akses partisipasi dalam kegiatan seleksi penerimaan karyawan baru perusahaan, sehingga diperlukan penelitian observasi partisipatif lanjutan guna memperkuat temuan dari tahapan pertama sosialisasi budaya perusahaan yang telah diperoleh melalui wawancara.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah perusahaan perlu menerapkan sosialisasi budaya perusahaan melalui tahapan paling awal dalam proses rekrutmen karyawan. Sosialisasi budaya perusahaan dalam proses rekrutmen perusahaan penting guna mendapatkan sumber daya manusia yang sesuai dengan tujuan, visi, dan misi perusahaan.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah perusahaan PT Waroeng Steak Indonesia memiliki basis budaya spiritual yang tinggi dengan sebutan *spiritual company*. Budaya perusahaan mengalami pengembangan menyesuaikan dengan tantangan perusahaan menjadi T.R.U.S.T. yang kemudian berhasil mendapatkan berbagai capaian sesuai tujuan, visi, dan misi perusahaan.

Kata kunci *Sosialisasi, Budaya Organisasi, T.R.U.S.T., Karyawan Baru, PT Waroeng Steak Indonesia*

KOLABORASI ANTARPEMANGKU KEPENTINGAN DALAM MEMBANGUN IKLIM ORGANISASI DI DESA WISATA DEWI TINALAH

Fransisca Fortunata San
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta
fransiscafortunata02@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Pemerintah memprioritaskan pariwisata berkelanjutan yang berdampak positif jangka panjang untuk pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan dan pelestarian budaya. Namun, untuk mengimpelmentasikan pariwisata berkelanjutan melalui desa wisata diperlukan pemangku kepentingan internal dan eksternal untuk mengelola kegiatan operasionalnya. Maka, penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menggambarkan Desa Wisata Dewi Tinalah, kemudian menganalisis iklim organisasi yang berkembang didalamnya. Selanjutnya mendeskripsikan kolaborasi antarpemangku kepentingan dalam membangun iklim organisasi di Desa Wisata Dewi Tinalah.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan wawanacra (*In-depth Interview*) dan dokumentasi untuk menganalisis dan memberikan pemahaman terkait dinamika antar pemangku kepentingan di Desa Wisata Dewi Tinalah dalam membangun iklim organisasi. Kemudian, penentuan informan menggunakan *snowball sampling* dengan melibatkan Humas Desa Wisata Dewi Tinalah dan Ketua Desa Wisata Dewi Tinalah.

Temuan: Dewi Tinalah adalah organisasi informal berbasis masyarakat yang memerlukan bantuan dari pemangku kepentingan baik internal dan eksternal untuk mendukung dan menjalankan kegiatan operasional desa wisata. Pemangku kepentingan internal berkontribusi dalam mengelola desa wisata, sedangkan pemangku kepentingan eksternal berkontribusi untuk meningkatkan kompetensi pengelola dan masyarakat dalam kegiatan operasional desa wisata. Peningkatan kapasitas tersebut kemudian membangun iklim organisasi Desa Wisata Dewi Tinalah.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada pemetaan hubungan dan interaksi antarpemangku kepentingan dan belum mengukur dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui korelasi atau keterkaitan antar kolaborasi pemangku kepentingan dengan iklim organisasi di Desa Wisata Dewi Tinalah.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah Desa Wisata Dewi Tinalah perlu mengembangkan pola komunikasi yang lebih terstruktur dan melakukan evaluasi secara berkala agar kolaborasi dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal dapat berjalan baik, memperkaya ide-ide inovatif, serta mendukung iklim organisasi di desa wisata tersebut.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini, yaitu Desa Wisata Dewi Tinalah meraih berbagai prestasi di tengah tantangan pengelolaan kelembagaan dan sumber daya manusia yang dihadapi desa wisata pada umumnya. Dalam penelitian ini iklim organisasi dibahas tidak hanya dari aspek internal tetapi juga kontribusi aspek eksternal terhadap iklim organisasi.

Kata kunci: *desa wisata, iklim organisasi, kolaborasi, pemangku kepentingan*

FROM DISCLOSURE TO IMPACT : DO KEY AUDIT MATTERS TRULY ENHANCE AUDIT QUALITY?

Gloria Ivana Sutedjo
Faculty of Business and Economics Universitas Atma Jaya Yogyakarta
euniceglo21@gmail.com

ABSTRACT

Research Objective : In line with the Indonesia's Financial Services Authority (OJK) commitment to enhancing the quality of financial reporting, Regulation Number 30 of 2023 was issued to standardize the disclosure of *Key Audit Matters* (KAM) in independent auditor reports. This regulation seeks to minimize the differences in KAM disclosure along with increasing the value and transparency of audit reports. This research objective is to provide empirical evidence on the impact of KAM disclosures on audit quality and to assess whether the implementation of this new regulation contributes meaningfully to enhances auditors' ability to identify and communicate important financial reporting problems, indicating a shift toward stronger professional judgment in audit practice.

Research Design and Methodology : This research employs a quantitative approach using secondary data obtained from corporate annual reports. Audit quality is measured using the Modified Jones Model, a widely used method for detecting earnings management. Meanwhile, KAM disclosures are analyzed through content analysis and word count techniques. The sample consists of 250 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2022 to 2023, selected using purposive sampling.

Research Findings : The findings reveal that KAM disclosures have a limited influence on audit quality. This indicates that the current implementation of KAM in Indonesia may not yet serve as a substantive tool in enhancing audit effectiveness. In practice, the disclosure of KAM still appears to be symbolic, with minimal impact on addressing audit complexity or risk identification. Many disclosures remain generic in nature, lacking firm-specific insights that would provide meaningful value to report users. This suggests a need for enhanced auditor engagement and clearer regulatory guidance to ensure that KAM fulfills its intended role in improving the communicative function of audit reports.

Research Limitations : The sample is restricted to manufacturing firms, which may limit the generalizability of the findings across other industry sectors. In addition, the proxies used to measure KAM disclosures and audit quality may not fully capture the broader dimensions of each variable. Future research is encouraged to explore these issues using a broader scope and alternative methodologies

Research Implications : Despite its limited impact on audit quality, the disclosure of KAM still holds value for stakeholders, particularly investors. KAM could serve as an early indicator of high-risk or judgmental areas in financial reporting and may support more informed investment decisions. Moreover, the findings offer important insights for regulators and audit professionals in evaluating the effectiveness and implementation quality of the KAM regulation in the Indonesian context.

Originality of the Research : This research offers originality by examining the impact of *Key Audit Matters* (KAM) on audit quality in Indonesia, where research on this topic remains very limited in Indonesia despite the International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) having introduced KAM to enhance audit transparency and communication in 2022. In addition, the research employs a dual-proxy approach to assess audit quality, combining earnings management (via the Modified Jones Model) and auditor classification (Big 4 vs. non-Big 4), offering a more comprehensive analysis compared to prior studies that often rely on a single proxy.

Keywords : *Key Audit Matters, Audit Quality.*

KONTRIBUSI KETERLIBATAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KREDIBILITAS INFLUENCERS TERHADAP NIAT PEMBELIAN PADA *LIVE STREAMING* TIKTOK SHOP

Raden Ajeng Brigitta Michelle Thalia Phaedra,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

210326195@students.uajy.ac.id

Mahestu N Krisjanti

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

mahestu.krisjanti@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi keterlibatan pelanggan dalam memediasi pengaruh kepercayaan pelanggan (lembaga penyiaran, anggota komunitas, dan produk) dan kredibilitas influencers (daya tarik, kepercayaan, dan keahlian) terhadap niat pembelian dalam *live streaming* TikTok Shop.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui survei menggunakan kuesioner berbasis *skala Likert* 5 poin. Pengumpulan data dilakukan di wilayah seluruh Indonesia dan melibatkan 178 responden, namun hanya 162 responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana kuesioner disebarluaskan secara online melalui *Google Form*. Untuk analisis data penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS. Pendekatan ini dipilih untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam model penelitian secara simultan.

Temuan: Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan secara signifikan mempengaruhi keterlibatan pelanggan dan niat pembelian pada *live streaming* TikTok Shop. Namun, keterlibatan pelanggan tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap niat pembelian, sehingga tidak memediasi hubungan antara kepercayaan dan niat pembelian. Di sisi lain, kredibilitas influencer berpengaruh positif terhadap niat pembelian, namun tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keterlibatan pelanggan. Dengan demikian, variabel mediasi keterlibatan pelanggan dalam penelitian ini tidak berfungsi sebagai mediator.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, penelitian hanya berfokus pada platform TikTok sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke *platform* lain seperti Shopee atau Instagram yang memiliki karakteristik dan pengguna berbeda. Kedua, jenis produk yang dipromosikan tidak dibedakan, sehingga belum dapat diketahui pengaruh spesifik berdasarkan kategori barang. Ketiga, penelitian juga dibatasi oleh waktu dan jumlah responden. Selain itu, dalam

pengujian data, analisis tidak dilakukan secara terpisah, sehingga hasilnya belum dapat menggambarkan pengaruh spesifik dari masing – masing dimensi. Oleh karena itu, studi lanjutan diharapkan untuk memperluas cakupan *platform*, jenis produk, jumlah sampel, serta melakukan pengelolaan dan analisis data secara terpisah berdasarkan setiap dimensi untuk memperoleh hasil yang lebih rinci dan mendalam .

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah perusahaan perlu meningkatkan strategi pemasaran melalui *live streaming* TikTok dengan memperkuat keterlibatan dan kepercayaan pelanggan secara konsisten. Selain itu, diperlukan pemanfaatan kredibilitas *influencer* yang tepat agar dapat mendorong niat pembelian konsumen.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini adalah analisis keterlibatan pelanggan dan niat pembelian yang dipengaruhi oleh kepercayaan dan kredibilitas *influencer* dalam konteks *live streaming* TikTok Shop. Penelitian ini menganalisis secara spesifik variabel – variabel penting dalam pemasaran digital, sehingga memberikan kontribusi baru bagi perusahaan dan perilaku konsumen di era *e-commerce* berbasis *live streaming*.

Kata kunci: *Belanja live streaming TikTok, kepercayaan pelanggan, keterlibatan pelanggan, niat pembelian*

PENGARUH PENGALAMAN KERJA, KEMAHIRAN PROFESIONAL, MOTIVASI AUDITOR, DAN DUE PROFESIONAL CARE TERHADAP KUALITAS AUDIT

Sekar Galuh Pramesthi, Dr. A. Totok Budisantoso, MBA., Akt., CA.
Universitas Atmajaya Yogyakarta
Sekargaluh783@gmail.com, totok.santoso@uajy.ac.id

ABSTRACT

Tujuan : Penelitian ini membahas kualitas kinerja auditor dalam rangka memberikan layanan optimal bagi para pengguna laporan keuangan auditan. Auditor dengan banyak pengalaman, mampu menerapkan kemahiran secara profesional, mampu bertindak hati-hati serta motivasi yang tinggi akan meningkatkan kualitas audit.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei dengan responden Auditor dari KAP Daerah Istimewa Yogyakarta dan KAP Solo Surakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman kerja berpengaruh positif terhadap kualitas audit. Kemahiran profesional berpengaruh positif terhadap kualitas audit. Motivasi Auditor dan *Due profesional care* tidak berpengaruh terhadap kualitas audit.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan terhadap jumlah auditor yang memberikan respon terhadap kuesioner yang disebarkan di setiap KAP. Respon dari para auditor juga berpotensi memunculkan adanya bias respon.

Implikasi Penelitian: KAP perlu merancang serangkaian pelatihan untuk memastikan para auditornya memiliki kemahiran profesional dan juga memastikan bahwa penugasan audit memungkinkan para auditor bekerja secara hati-hati. KAP juga perlu membangun budaya yang dapat meningkatkan motivasi kerja para auditornya.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengkaji keterkaitan antara Pengalaman Kerja, Kemahiran Profesional, Motivasi Auditor dan *Due Profesional Care* terhadap Kualitas Audit. Studi ini menyoroti tentang pentingnya menjaga kualitas audit seorang auditor guna mencapai hasil audit yang berkualitas.

Kata kunci: *Pengalaman Kerja, Kemahiran Profesional, Motivasi Auditor, Kualitas Audit, Auditor*

THE EFFECT OF PROFESSIONAL EXPERTISE, EXPERIENCE, AND ETHICAL PERCEPTION ON AUDITOR JUDGMENT

Rustiana¹, Desy Natasya Tjiu²

Fakultas Bisnis dan Ekonomika - Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}
Rustiana@uajy.ac.id

ABSTRACT

Tujuan : This study aims to examine the influence of professional expertise, experience, and ethical perception on auditor judgment.

Desain dan Metodologi Penelitian : This quantitative study involved a sample of 42 auditors out of a population of 110 auditors working in Public Accounting Firms in Jakarta, who completed a questionnaire distributed via Google Forms through LinkedIn. The study employed a probability sampling technique and analyzed three research hypotheses using multiple regression analysis.

Temuan: Out of the three hypotheses, only one hypothesis was supported, while two hypotheses were not supported. The research results provide empirical evidence that ethical perception influences auditor judgment, whereas experience and professional expertise of auditors do not influence audit judgment.

Keterbatasan Penelitian: A limitation of this research is the low response rate, which was 38%. As a result, the findings may have limited generalizability.

Implikasi Penelitian: this research has two key implications. This study contributes to the existing literature on auditor judgment and provides insights for public accounting firms to improve the quality of their auditors' judgments. The findings also have implications for the development of auditor training programs and the establishment of ethical standards in the auditing profession.

Orisinalitas: The originality of this research lies in the utilization of professional media to reach respondents and collect data through Google Forms, which streamlines the data collection process and ensures targeted respondents.

Kata kunci: *professional expertise, experience, ethical perception, auditor judgement.*

REAKSI PASAR MODAL ATAS PEMBERLAKUAN POJK NOMOR 48 TAHUN 2020

Ni Wayan Trisna Purnama Dewi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
trisnapurnamadewi@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *abnormal return* dan aktivitas volume perdagangan saham sebelum dan sesudah diterapkannya POJK Nomor 48 Tahun 2020 pada perusahaan sub-sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji *signaling theory* dalam menilai respons investor terhadap informasi yang dianggap sebagai sinyal dari regulator.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data sekunder yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia dan Yahoo Finance. Sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, menghasilkan 37 perusahaan sub-sektor perbankan sebagai objek penelitian. Data dianalisis menggunakan uji normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dan uji hipotesis *Wilcoxon Signed Rank Test*.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada *abnormal return* maupun aktivitas volume perdagangan saham sebelum dan sesudah diterapkannya POJK Nomor 48 Tahun 2020 pada perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini berfokus pada pengaruh pengumuman pemberlakuan POJK Nomor 48 Tahun 2020 terhadap pasar modal. Sampel dalam penelitian hanya menggunakan perusahaan sub sektor bank yang listing di BEI. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak kebijakan restrukturisasi kredit terhadap sektor lain di luar perbankan yang juga berpotensi terdampak.

Implikasi Penelitian: Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa kebijakan POJK Nomor 48 Tahun 2020 sebagai stimulus ekonomi selama pandemi COVID-19 mampu memberikan sinyal yang memengaruhi perilaku investor di pasar modal, khususnya di sektor perbankan.

Orisinalitas: Penelitian ini secara khusus menganalisis reaksi pasar modal terhadap kebijakan POJK Nomor 48 Tahun 2020, yang merupakan kebijakan lanjutan dari POJK Nomor 11 Tahun 2020 sebagai respons terhadap pandemi COVID-19.

Kata kunci: *Abnormal Return, COVID-19, Event Study, Reaksi Investor, Signaling Theory, Volume Perdagangan Saham.*

GREEN REPURCHASE INTENTION: PENGARUH GREEN TRUST DAN GREEN PERCEIVED VALUE PADA KONSUMEN HIJAU PASAR WIGUNA YOGYAKARTA

Oliver Owen

Prodi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta
245028427@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Pembangunan berkelanjutan berkaitan erat dengan pelestarian lingkungan, sejalan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang diinisiasi oleh PBB. Sebagai anggota PBB, Indonesia turut mendorong *green economy*, dengan melibatkan UMKM sebagai pelaku penting. Salah satu contohnya adalah Pasar Wiguna Yogyakarta yang menjadi wadah bagi pelaku usaha hijau dalam memasarkan produk ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green trust* dan *green perceived value* terhadap *green repurchase intention* pada konsumen hijau di Pasar Wiguna. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan kepercayaan dan persepsi positif terhadap produk hijau, serta mendorong keberlanjutan usaha hijau dan *green economy*.

Desain dan Metodologi Penelitian : Jenis penelitian ini adalah survei. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, teknik pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

Temuan: Penciptaan produk dan merek yang berkualitas harus mempertimbangkan prinsip-prinsip pemasaran hijau. Oleh karena itu, aspek kepercayaan (*green trust*) dan persepsi positif konsumen terhadap produk hijau (*green perceived value*) menjadi faktor penting, karena keduanya berpengaruh dalam membentuk niat pembelian ulang (*green repurchase intention*).

Keterbatasan Penelitian: keterbatasan waktu dan keterbatasan sampel sehingga data yang diperoleh belum dapat mewakili populasi secara keseluruhan.

Implikasi Penelitian: Pelaku usaha hijau di Pasar Wiguna dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, khususnya dalam membangun kepercayaan (*green trust*) dan nilai persepsi positif (*green perceived value*) terhadap produk mereka.

Orisinalitas: objek penelitian di Pasar Wiguna Yogyakarta pada aspek pemasaran hijau masih belum banyak dieksplorasi dalam literatur sebelumnya, sehingga hal ini dapat memberikan wawasan baru bagi akademisi, praktisi, dan pelaku usaha hijau dibidang pemasaran khususnya pada pemasaran hijau.

Kata kunci: *green trust*, *green perceived value*, *green repurchase intention*, konsumen hijau pasar Wiguna Yogyakarta

STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM KAMPUNG AMPLANG: TINJAUAN TERINTEGRASI ASPEK PEMASARAN, RISIKO BISNIS, DAN HUKUM

Firza Andhika Dirgantari¹, Friska Wanda Betteng², Dita Nabila Azzahra³, Merry Christina
Angelita Tindaon⁴, Rani Wulandari⁵
Politeknik Negeri Samarinda12345
Christinaangelita23@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM Kampung Amplang dari aspek pemasaran, risiko bisnis, dan hukum, serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM Kampung Amplang di pasar yang semakin kompetitif.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam dan menyeluruh realitas yang terjadi di lapangan. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung proses produksi dan pemasaran, serta interaksi dengan konsumen untuk mengetahui persepsi mereka terhadap produk. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung seperti izin usaha dan sertifikasi.

Temuan : Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa UMKM Kampung Amplang memiliki prospek bisnis yang menjanjikan, meski masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Dari sisi pemasaran, usaha ini mengandalkan keunikan produk lokal namun belum memaksimalkan potensi pemasaran digital.

Keterbatasan Penelitian : Penelitian ini memiliki keterbatasan pada satu UMKM, sehingga hasilnya belum tentu berlaku bagi UMKM serupa di lokasi berbeda.

Implikasi Penelitian : Penelitian ini juga menjadi acuan bagi pemangku kebijakan dalam menyusun program pelatihan, mempermudah perizinan, dan membentuk klaster UMKM guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Orisinalitas : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, serta lembaga pendamping usaha dalam menyusun strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan dan patuh hukum.

Kata Kunci: studi kelayakan bisnis, UMKM, pemasaran, risiko bisnis, aspek hukum.

ANALISIS DUKUNGAN ORGANISASI PERSEPSIAN SEBAGAI MODERASI PADA PENGARUH KEPEMIMPINAN DIRI TERHADAP KETERIKATAN KARYAWAN DI PT PLN (PERSERO)

Christian Davisto Vestra Poetra Adi, Agatha Mayasari
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
christiandavis628@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dukungan organisasi persepsian sebagai moderasi pada kepemimpinan diri dan keterikatan karyawan. Dalam dunia kerja yang semakin dinamis, keterikatan karyawan menjadi aspek krusial dalam meningkatkan produktivitas dan mempertahankan karyawan berkinerja tinggi. Oleh karena itu, pengembangan kemampuan kepemimpinan pribadi serta perasaan didukung oleh organisasi diyakini mampu mendorong keterlibatan karyawan secara optimal.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 162 karyawan PT PLN (Persero) dengan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan akurasi dan konsistensi data. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan pendekatan *Partial Least Squares (PLS)* melalui *software* SmartPLS untuk menganalisis hubungan antar variabel serta menguji efek moderasi dukungan organisasi persepsian.

Temuan : Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan karyawan. Selain itu, dukungan organisasi persepsian memperkuat hubungan antara kepemimpinan diri dan keterikatan karyawan, yang berarti peran dukungan organisasi yang dirasakan karyawan memperbesar dampak kepemimpinan diri terhadap tingkat keterikatan mereka terhadap perusahaan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini hanya dilakukan pada satu perusahaan, yaitu PT PLN (Persero), sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas ke organisasi lain dengan karakteristik berbeda.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi PT PLN (Persero) dalam upaya meningkatkan keterikatan karyawan melalui penguatan kepemimpinan diri serta penciptaan lingkungan kerja yang mendukung secara psikologis dan struktural.

Orisinalitas: Penelitian ini secara spesifik mengkaji peran dukungan organisasi persepsian sebagai variabel moderasi dalam hubungan kepemimpinan diri terhadap keterikatan karyawan di PT PLN (Persero), yang diuji melalui metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan pendekatan *Partial Least Squares (PLS)*.

Kata kunci: *Kepemimpinan Diri, Dukungan Organisasi Persepsian, Keterikatan Karyawan, PT PLN (Persero).*

PENGARUH KUALITAS LAYANAN PERGURUAN TINGGI (HESQUAL) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Calvin Syadza Mazaya¹, Agatha Mayasari²
Universitas Atma jaya Yogyakarta^{1,2}
calvinayj@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh dimensi Kualitas Layanan Perguruan Tinggi (HESQUAL) terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Penelitian ini meneliti bagaimana kualitas administrasi, kualitas pengajaran, kualitas fasilitas akademik, kualitas fasilitas pendukung, dan kualitas transformatif mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian melibatkan total 236 responden yang dipilih menggunakan metode *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert 5 poin yang disebarakan menggunakan Google Form melalui WhatsApp dan Outlook. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 dan Microsoft Excel.

Temuan: Kualitas pengajaran, fasilitas akademik, dan kualitas transformatif secara signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa; oleh karena itu, hipotesis H2, H3, dan H5 diterima. Sebaliknya, kualitas administrasi dan fasilitas pendukung tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga hipotesis H1 dan H4 ditolak.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian didominasi oleh responden dari Program Studi Manajemen dan angkatan 2023 yang belum sepenuhnya merepresentasikan kepuasan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, serta penggunaan pendekatan cross-section yang hanya mencerminkan kondisi pada satu periode waktu tertentu dengan sampel yang terbatas pada satu fakultas.

Implikasi Penelitian: Institusi harus memprioritaskan efektivitas pengajaran, sumber daya fasilitas akademik, dan pengalaman transformatif, sambil tetap mempertimbangkan peningkatan layanan dalam layanan administrasi dan fasilitas pendukung.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan nilai unik melalui analisis komprehensif terhadap model HESQUAL dalam konteks spesifik Fakultas Bisnis dan Ekonomika, serta menawarkan wawasan mendalam mengenai dampak dari dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa.

Kata kunci: HESQUAL, Kualitas Layanan, Kepuasan Mahasiswa.

ANALISIS PENGARUH ENVIRONMENTAL UNCERTAINTY TERHADAP TAX AVOIDANCE

Aulya Kineta¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur¹

aulyakineta3012@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *environmental uncertainty* terhadap praktik *tax avoidance* melalui *literature review* terhadap delapan artikel ilmiah yang diterbitkan dalam kurun waktu 2021 hingga 2025 di beberapa jurnal. Kajian ini dilakukan untuk memahami bagaimana *environmental uncertainty* memengaruhi strategi perusahaan dalam merencanakan kewajiban perpajakan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *literature review* dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Delapan artikel dianalisis menggunakan teknik matriks berdasarkan aspek jumlah artikel, tema pembahasan, metode penelitian, serta temuan dan hasil penelitian. Seluruh artikel menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis seperti regresi linier berganda, regresi data panel, serta model moderasi.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa *environmental uncertainty* memiliki hubungan yang bervariasi dan tidak konsisten terhadap *tax avoidance*. Sebagian besar artikel menemukan bahwa ketidakpastian lingkungan dapat mendorong perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak guna mengantisipasi tekanan eksternal. Namun, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pajak perusahaan. Temuan ini menegaskan bahwa praktik *tax avoidance* merupakan strategi yang dipengaruhi oleh kondisi eksternal yang dinamis.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini dibatasi oleh ruang lingkup data sekunder dari delapan artikel dan keterbatasan generalisasi karena sebagian besar sampel artikel hanya mencakup sektor tertentu dan menggunakan pendekatan purposive sampling. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji sektor yang lebih luas dan mengembangkan pendekatan mixed methods.

Implikasi Penelitian: Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan multidimensional dalam merumuskan kebijakan perpajakan. Pembuat kebijakan perlu mempertimbangkan ketidakpastian lingkungan dan karakteristik internal organisasi dalam menyusun regulasi perpajakan yang adil dan berkelanjutan.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada pemetaan sistematis literatur empiris mengenai hubungan antara *environmental uncertainty* dan *tax avoidance* di Indonesia. Kajian ini memberikan gambaran menyeluruh yang dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dan pengembangan kebijakan perpajakan.

Kata kunci: *Environmental Uncertainty, Tax Avoidance*

PRAKTIK KAMPANYE KESELAMATAN OLEH *HSES TRAINING & SERVICES SECTION* PT KALTIM PRIMA COAL KEPADA KARYAWAN

Maniar Turnip

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta
maniarturnip@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami praktik komunikasi internal menggunakan pendekatan kampanye keselamatan yang dilakukan oleh *HSES Training & Services Section* PT Kaltim Prima Coal kepada karyawan. Penelitian ini berfokus pada bagaimana peran komunikasi internal dalam merancang, melaksanakan, dan memonitor berbagai media kampanye seperti visual, audio, dan audiovisual untuk menyampaikan pesan keselamatan kerja secara efektif kepada karyawan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk meneliti situasi di lapangan secara mendalam. Data yang dibutuhkan didapatkan melalui *in-depth interview* pada empat narasumber, yakni *Manager Health, Safety, Environment & Security Systems Department*, *Superintendent HSES Training & Services*, *Specialist HSES Training*, dan *Supervisor Desktop and Publishing HSES Training & Services*. Peneliti juga melakukan observasi mendalam dan studi dokumentasi pada kegiatan praktik kampanye keselamatan oleh *HSES Training & Services* di PT Kaltim Prima Coal selama empat bulan.

Temuan: Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, data penelitian menunjukkan bahwa PT Kaltim Prima Coal melaksanakan kampanye keselamatan melalui media visual (baliho, banner, poster), audio (Radio GWP FM), dan audiovisual (video *safety* di bus karyawan). Kampanye oleh *HSES Training & Services Section* ini dimonitor secara rutin setiap bulan. Alur komunikasi organisasi dan komunikasi internal divisi HSES berjalan optimal dalam menyampaikan pesan keselamatan. Aktivitas perencanaan kampanye keselamatan meliputi penentuan tema pesan kampanye berdasarkan analisis kebutuhan dan resiko kerja, serta pemilihan strategi dan taktik penyebaran yang sesuai dengan target audiens. Evaluasi dan tinjauan kampanye dilakukan secara berkala untuk memastikan keberhasilan program dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini belum menguji secara mendalam berbagai variabel yang memengaruhi kesuksesan kampanye, seperti frekuensi kampanye, media yang digunakan, dan tingkat partisipasi pekerja. Evaluasi program kampanye keselamatan yang dilakukan oleh *HSES Training & Services Section* juga belum dieksplorasi secara komprehensif, sehingga belum memberikan gambaran lengkap mengenai faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam efektivitas kampanye keselamatan untuk karyawan dan perusahaan.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian mengarah pada beberapa saran penting, baik dari sisi akademis maupun praktis. Secara praktis, *HSES Training & Services Section* PT Kaltim Prima Coal perlu mengoptimalkan penggunaan media kampanye keselamatan dengan konten yang lebih menarik dan relevan, serta meningkatkan kualitas sesi *safety talk* agar selalu *up-to-date* dan interaktif bagi karyawan. Pelibatan aktif karyawan dalam evaluasi juga dibutuhkan untuk mengukur tingkat kesadaran pekerja terhadap pesan keselamatan serta kesuksesan metode kampanye yang digunakan. Pada sisi akademis, penelitian lebih lanjut dapat difokuskan pada metode kuantitatif untuk mengukur dampak kampanye terhadap perilaku karyawan dan penurunan angka kecelakaan, studi perbandingan dengan perusahaan lain untuk mengidentifikasi praktik terbaik, serta analisis faktor-faktor penentu keberhasilan kampanye, seperti karakteristik pesan dan konteks organisasi. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan teori dan praktik kampanye keselamatan di industri pertambangan.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini terletak pada fokus spesifiknya dalam mengkaji praktik kampanye keselamatan yang dilakukan oleh *HSES Training & Services Section* di PT Kaltim Prima Coal, dimana penelitian ini memberikan kedalaman analisis yang unik dalam konteks industri pertambangan batubara di Indonesia. Penelitian ini mengintegrasikan teori komunikasi organisasi dan kampanye komunikasi dengan praktik di lapangan, serta menghasilkan temuan data tentang alur komunikasi, pelaksanaan kampanye, dan faktor-faktor keberhasilan. Dengan konteks lokal dan saran praktis serta akademis yang spesifik, penelitian ini memberikan kontribusi unik bagi pengembangan strategi kampanye keselamatan yang lebih efektif dalam lingkungan pertambangan.

Kata kunci: *Kampanye Komunikasi, Komunikasi Organisasi, dan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)*

PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN EMISI KARBON (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2021-2024)

Jesslyn Vivian Julianty
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
jesslynvivianj@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan emisi karbon. Isu pemanasan global yang semakin hangat diperbincangkan mendorong perusahaan di berbagai sektor untuk meningkatkan transparansi pelaporan terkait dampak lingkungannya, termasuk emisi karbon.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling* terhadap perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2024. Sebanyak 94 data yang sesuai kriteria dijadikan sampel, data yang digunakan diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap pengungkapan emisi karbon.

Temuan: Hasil analisis menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Sementara itu, kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan komitmen lingkungan yang lebih tinggi cenderung termotivasi untuk mengungkapkan informasi terkait emisi karbon sebagai bentuk transparansi dan kepatuhan regulasi terhadap keberlanjutan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada penilaian PROPER sebagai indikator kinerja lingkungan yang dilakukan secara terpisah untuk masing-masing anak perusahaan. Tanpa penilaian gabungan, akan sulit untuk merepresentasikan kinerja lingkungan perusahaan secara keseluruhan.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi regulator dan investor dalam mengevaluasi sejauh mana komitmen lingkungan perusahaan. Selain itu, temuan ini juga menegaskan pentingnya integrasi praktik keberlanjutan ke dalam strategi korporasi, terutama pada sektor-sektor yang memiliki dampak lingkungan yang signifikan.

Orisinalitas: Orisinalitas penelitian ini terletak pada pemilihan variabel independen yang jarang dikaji secara bersamaan, yaitu kepemilikan manajerial dan kinerja lingkungan. Selain itu, fokus pada periode 2021-2024 memberikan kontribusi kontekstual terhadap dinamika pemulihan pasca-pandemi dan meningkatnya perhatian terhadap isu lingkungan.

Kata kunci: kepemilikan manajerial, kinerja lingkungan, pengungkapan emisi karbon, pemanasan global, keberlanjutan perusahaan.

PENGARUH DEWAN DIREKSI, DEWAN KOMISARIS, DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP PENGUNGKAPAN *GREEN BANKING* (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2021-2024)

Caroline Wang

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta
carolinewang214@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dewan direksi, dewan komisaris, dan kepemilikan institusional memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *green banking* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini tiga variabel utama, yaitu ukuran dewan direksi, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan institusional. Sementara itu, pengungkapan *green banking* diukur menggunakan *Green banking Disclosure Index* (GBDI) yang dikembangkan oleh Bose *et al.* (2018), yang terdiri dari 21 item pengungkapan. Data penelitian diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan diakses melalui situs resmi masing-masing perusahaan. Dalam periode 2021–2024, terdapat 47 perusahaan perbankan yang menjadi populasi, dengan total observasi sebanyak 158 data.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dewan direksi berpengaruh positif terhadap pengungkapan *green banking*, variabel kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *green banking*, sedangkan variabel dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *green banking*.

Keterbatasan Penelitian: Pengukuran *green banking* dengan GBDI yang dikembangkan oleh Bose, *et al* (2018) yang tidak sejalan dengan peraturan yang ditetapkan di Indonesia yaitu POJK Nomor 51/POJK.03/2017.

Implikasi Penelitian: Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi regulator, manajemen perusahaan, dan investor mengenai pentingnya tata kelola perusahaan dalam mendorong transparansi pengungkapan *green banking*. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam penyusunan kebijakan perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan.

Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengkaji hubungan antara elemen tata kelola perusahaan dan pengungkapan *green banking* di sektor perbankan Indonesia. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dengan menganalisis data selama periode yang cukup panjang, yaitu 2021–2024.

Kata kunci: *Dewan Direksi, Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Pengungkapan Green banking.*

PENGARUH UPAH MINIMUM PROVINSI (UMP) DAN SUKU BUNGA TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB) DI PROVINSI SUMATERA UTARA

Rahmansyah Harum Nasution
Universitas Negeri Medan
rahmansyah12.harum@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh upah minimum provinsi (UMP) dan suku bunga terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) di Sumatera Utara pada tahun 2011 sampai dengan 2020.

Desain dan Metodologi Penelitian : Jenis eksplorasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian **kuantitatif dan menggunakan data sekunder dengan jenis runtut waktu (*time series*)**. Sumber data dalam penelitian ini yakni dari website resmi Badan Pusat Statistik (BPS). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yang diolah menggunakan program **E-views 9**.

Temuan: Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial upah minimum provinsi (UMP) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) di Provinsi Sumatera Utara dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000 dan koefisien sebesar 7,29. Suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) di Provinsi Sumatera Utara dengan nilai signifikansi sebesar 0,043 dan nilai koefisien 0,063. Secara simultan upah minimum provinsi (UMP) dan suku bunga berpengaruh secara signifikan terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) di Provinsi Sumatera Utara dengan nilai signifikansi 0,0000 dengan nilai konstanta sebesar 16,1. Variabel bebas upah minimum provinsi (UMP) dan suku bunga berpengaruh sebesar 94,32 persen terhadap tingkat produk domestik regional bruto (PDRB) di Provinsi Sumatera Utara.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Data hanya terbatas pada upah minimum provinsi (UMP) dan suku bunga terhadap PDRB, pengambilan data hanya bersumber dari website Badan Pusat Statistik, dan data penelitian hanya mencakup kurun waktu terbatas dimulai dari tahun 2011 hingga 2020.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa konstanta sebesar 16.17541 mengartikan jika jika variabel bebas upah minimum provinsi dan suku bunga adalah konstan, maka PDRB di Provinsi Sumatera Utara meningkat sebanyak 16,17 persen. Setiap kenaikan upah minimum provinsi sebesar 1 rupiah maka akan meningkatkan PDRB di Provinsi Sumatera Utara sebesar 7,29 persen. Setiap kenaikan suku bunga sebesar 1 persen maka akan meningkatkan penyerapan tenaga kerja sebesar 0,06 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara suku bunga dengan penyerapan tenaga kerja.

Orisinalitas: Penelitian ini memiliki orisinalitas dengan menambahkan variabel diluar keterkaitan pengaruh upah minimum provinsi terhadap produk domestik regional bruto yaitu suku bunga, dimana peranan suku bunga terhadap PDRB memiliki kaitan yang erat sehingga perlu diteliti pengaruhnya. Serta pengolahan data menggunakan program *E-Views 9*. Dengan demikian studi ini memberikan wawasan baru baik bagi akademisi maupun pemerintahan dalam mengambil suatu kebijakan.

Kata kunci: *Produk domestik regional bruto, upah minimum provinsi, suku bunga*

ANALISIS PENGARUH HUBUNGAN KEBERAGAMAN GENDER DEWAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN

Raharka Prismadifa Rista¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur¹
raharkapr3w@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan adanya keberagaman *gender* dalam anggota dewan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan Internasional dan perusahaan di Indonesia. Kajian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi sebagai strategi keberagaman *gender* untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Metode dan desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deksriptif melalui sistem literature review dengan mengumpulkan data dari kajian literatur terdahulu sebagai dasar penelitian. Literatur yang digunakan adalah 10 artikel dari 5 jurnal internasional dan 5 jurnal nasional terakreditasi sinta yang membahas kata kunci mengenai kinerja keuangan dan *gender diversity* dalam perusahaan.

Temuan: Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa rata-rata adanya keberagaman *gender* dewan direksi dalam perusahaan dapat mempengaruhi kinerja keuangan karena dihubungkan dengan kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan (ESG) yang banyak diadaptasi pada perusahaan non-keuangan. Di lain sisi, pengaruh negatif *gender diversity* terhadap kinerja keuangan disimpulkan oleh temuan dari perusahaan di Indonesia yang belum signifikan menerapkan keberagaman gender dalam jajaran direksinya. Mayoritas penelitian menggunakan data panel karena banyaknya data perusahaan dan periode waktu yang lama.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan dari segi jumlah data atau kajian literatur yang direview dengan hanya menggunakan 10 artikel dari data di Indonesia dan Internasional.

Implikasi Penelitian: Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan baik di Indonesia maupun di dunia untuk memperhatikan keberagaman gender dengan merekrut perempuan dalam dewan direksi yang berdampak positif pada praktik ESG dan keberlanjutan *finansial*, yang otomatis menjadi nilai tambah investor.

Orisinalitas: Orisinalitas dari penelitian ini adalah mengkaji literatur yang ada untuk menganalisis kerangka baru dari perbedaan konteks budaya dan sosial perusahaan beroperasi di satu negara dengan negara lainnya. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji beberapa artikel terdahulu untuk menemukan model konseptual baru yang menghubungkan Kinerja Keuangan, *Gender Diversity*, dan ESG serta memecah kompleksitas hubungan faktor moderasi atau faktor mediasinya.

Kata kunci: Kinerja keuangan, *Gender Diversity*, Pendekatan Kinerja ESG

JENAMA YANG LAHIR DARI MASYARAKAT: EKPLORASI POTENSI JENAMA PUBLIK (*PUBLIC BRAND*) ANGKRINGAN YOGYAKARTA

Awan Boediyono¹, Ike Janita Dewi²

Program Studi Magister Manajemen^{1,2}, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma^{1,2}
atmosuryo2@gmail.com¹, ikejdewi@usd.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk memberikan definisi terhadap fenomena *brands* yang dilahirkan oleh masyarakat/*public brand*/merek publik/jenama publik. Karena *Public Brands* telah berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi, serta menjadi identitas masyarakat suatu wilayah. Diharapkan pemilik otoritas dan para pembuat kebijakan dapat mengakui keberadaanya dalam bentuk kebijakan publik guna menjaga keberlanjutan hidupnya.

Desain dan Metode Penelitian: Penelitian menggunakan pendekatan interpretivis dengan desain kualitatif. Penggalan data menggunakan wawancara secara langsung dengan 4 (empat) pemilik bisnis angkringan tradisional, serta melakukan beberapa kali sesi diskusi dengan 1 (satu) Budayawan yang mantan General Manajer BUMN (perbankan) dan pernah aktif mengelola UMKM, 2 (dua) Budayawan, dan 2 (dua) konsumen angkringan. Validitas data menggunakan triangulasi sumber dan menggunakan analisis konten.

Temuan: *Public brand* adalah identitas yang dimiliki oleh suatu komunitas, dapat berbentuk produk barang, produk jasa, tempat, orang, desain, symbol atau logo, memiliki nama atau istilah, yang berfungsi sebagai pembeda atau pengidentifikasi, mempunyai proposisi nilai yang dapat ditawarkan kepada pelanggan. Secara khusus *Public brand* memiliki proposisi nilai sosial, dilahirkan oleh komunitas masyarakat yang tinggal pada suatu daerah atau negara bagian atau negara. Kelahiran *public brand* dapat ditelusuri secara historis dan biasanya terdapat sosok *hero*. Terdapat perbedaan yang signifikan antara *brands* dan *public brands*. *Public brand* atau jenama yang lahir dari masyarakat telah menjadi proposisi nilai unik UMKM, khususnya bisnis makanan produksi Yogyakarta.

Keterbatasan: Penelitian ini memiliki keterbatasan karena desain penelitian kualitatif membatasi jumlah responden. Tahap selanjutnya perlu menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menguatkan *external validity* dari penelitian ini. Responden penelitian juga masih terbatas pada 5(lima) pemangku kepentingan, sehingga mengabaikan peran ekosistem dalam pengembangan sebuah *public brand*.

Implikasi : Penelitian ini menggunakan studi kasus bisnis angkringan tradisional dan menunjukkan potensi tentang *public brands*. Rekomendasi secara manajerial diperlukan pengemban model bisnis sosial yang dalam rangka peningkatan daya saing *public brand* Angkringan Yogya. Selain itu, penelitian ini merumuskan rekomendasi bagi pengambil kebijakan dalam melindungi, memberdayakan, dan mengembangkan *public brands*.

Orisinalitas: penelitian ini memberikan kontribusi keaslian dalam eksplotasi potensi *Public Brand* khususnya dalam bisnis angkringan tradisional Yogyakarta.

Kata kunci: *public brand*, UMKM, angkringan Yogyakarta, model bisnis sosial, merek publik

EFISIENSI PEMANFAATAN ANGGARAN PUBLIK UNTUK KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MISKIN

Septiani Jovanka Igas¹, Mario Rosario Wisnu Aji²,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Septianijovankaaaa@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Pemanfaatan anggaran publik yang efisien merupakan kunci utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin. Namun, ketidaksamaan efisiensi dalam pemanfaatan anggaran antarprovinsi menimbulkan tantangan besar bagi pemerintah, khususnya dalam mencapai hasil yang merata, baik dalam hal pengurangan kemiskinan maupun peningkatan kualitas hidup masyarakat. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat efisiensi pemanfaatan anggaran publik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin di berbagai provinsi di Indonesia. Melalui pendekatan Data Envelopment Analysis (DEA), penelitian ini diharapkan dapat mengungkap sejauh mana perbedaan efisiensi antarprovinsi berkontribusi terhadap ketimpangan hasil pembangunan, khususnya dalam hal penanggulangan kemiskinan dan peningkatan kualitas hidup.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Keuangan Republik Indonesia, mencakup indikator-indikator ekonomi dan sosial dari 34 provinsi di Indonesia pada tahun 2024. Variabel input yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Realisasi Belanja Barang dan Jasa serta Realisasi Bantuan Sosial, yang mencerminkan kapasitas fiskal atau sumber daya keuangan yang dialokasikan oleh pemerintah daerah kepada masyarakat. Sementara itu, variabel output yang digunakan terdiri dari: Realisasi berapa banyak jumlah Keluarga Penerima Manfaat (KPM) dan Bantuan Sosial (BANSOS), yang menunjukkan sejauh mana anggaran publik memberikan manfaat langsung kepada kelompok masyarakat miskin; Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita (harga berlaku), sebagai indikator produktivitas dan pertumbuhan ekonomi regional per individu; Persentase Penduduk Miskin, yang mengukur efektivitas anggaran dalam menurunkan tingkat kemiskinan di tiap provinsi. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Envelopment Analysis (DEA) dengan asumsi Variable Returns to Scale (VRS), yang memungkinkan untuk mengevaluasi efisiensi relatif dari masing-masing provinsi dalam memanfaatkan anggaran publik untuk mencapai tujuan kesejahteraan sosial dan ekonomi.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar provinsi di Indonesia telah mampu mengalokasikan anggaran publik secara efisien sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Namun demikian, masih terdapat sejumlah provinsi yang belum berhasil merealisasikan anggaran tersebut secara optimal. Ketimpangan ini tercermin dari hasil analisis menggunakan metode Data Envelopment Analysis (DEA), yang memperlihatkan adanya perbedaan signifikan dalam tingkat efisiensi antarprovinsi.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan data sekunder dari Badan Pusat Statistik dan Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Dimana terdapat keterbatasan data dan kualitas data yang

digunakan, khususnya terkait dengan sumber data yang berasal dari laporan anggaran publik dan program sosial di tingkat provinsi. Beberapa provinsi mungkin tidak menyediakan data yang lengkap atau tepat waktu, sehingga mempengaruhi keakuratan hasil analisis. Selain itu, cakupan data yang terbatas hanya mencakup sejumlah provinsi tertentu, yang mengurangi generalisasi temuan untuk seluruh Indonesia.

Implikasi Penelitian: Temuan ini dapat membantu mengidentifikasi provinsi yang efisien dan tidak efisien dalam pemanfaatan anggaran, memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efisiensi sehingga rancangan kebijakan yang dibuat tepat sasaran, terutama dalam program-program sosial seperti Bantuan Sosial (BANSOS) dan Keluarga Penerima Manfaat (KPM). Selain itu, penelitian ini juga memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai peran anggaran publik dalam mengurangi kemiskinan, dengan mengaitkan temuan pada indikator penting seperti Persentase Penduduk Miskin dan PDRB per kapita. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi kebijakan yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat di tingkat daerah.

Orisinalitas: Penelitian ini menawarkan wawasan baru dalam mengevaluasi efisiensi pemanfaatan anggaran publik untuk kesejahteraan masyarakat miskin di Indonesia. Dengan memanfaatkan Data Envelopment Analysis (DEA), penelitian ini membandingkan kinerja anggaran antarprovinsi, menggali bagaimana alokasi anggaran seperti Realisasi Belanja Barang dan Jasa serta Realisasi Bantuan Sosial dapat mempengaruhi pencapaian kesejahteraan sosial. Selain itu, penelitian ini menghubungkan efisiensi anggaran dengan dampaknya pada program-program sosial seperti Bantuan Sosial (BANSOS) dan Keluarga Penerima Manfaat (KPM), serta memperhitungkan indikator ekonomi penting seperti PDRB per kapita dan persentase penduduk miskin.

Kata kunci: *Data Envelopment Analysis, Kesejahteraan masyarakat miskin, Efisiensi anggaran*

FLEKSIBILITAS YANG EFEKTIF ATAU DISFUNGSIONAL? PERAN IMPLEMENTASI PENGATURAN KERJA FLEKSIBEL TERHADAP KINERJA

Jihan Fadhilah¹, Alvin Eryandra²

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka¹²

alvineryandra@uhamka.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Kebijakan pengaturan kerja fleksibel di organisasi kini semakin banyak diimplementasikan di berbagai negara. Namun, penelitian terkait dengan dampak implementasi pengaturan kerja fleksibel terhadap kinerja masih menjadi perdebatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pengaturan kerja fleksibel terhadap kinerja dengan mengisi kesenjangan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Desain dan Metodologi Penelitian: Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survey terhadap 195 responden. Kriteria responden adalah karyawan tetap minimal satu tahun di organisasi yang menerapkan sistem *kerja work from anywhere, hybrid* atau *remote*. Instrumen yang digunakan adalah alat ukur pengaturan kerja fleksibel dengan dimensi *flex-time* dan *flex-place* serta alat ukur kinerja dengan dimensi *contextual performance* dan *task performance*. Kedua alat ukur tersebut diadaptasi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Analisis data menggunakan regresi linear menggunakan software Jamovi 2.6.25.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan kerja fleksibel tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja dengan nilai R Square sebesar 0,0132 dan nilai probability sebesar 0,109 ($p > 0,05$). Implementasi pengaturan kerja fleksibel yang efektif terhadap peningkatan kerja membutuhkan variabel lain yang mendukung.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini juga memiliki keterbatasan. Sampel penelitian ini hanya berjumlah kurang dari 200 responden dan tidak fokus pada sektor organisasi tertentu. Maka dari itu, perlu penelitian selanjutnya dengan sampel data yang lebih besar dan spesifik pada sektor organisasi agar bisa digeneralisasi pada sektor organisasi terkait. Selanjutnya, penelitian selanjutnya perlu mengintegrasikan variabel mediator ataupun variabel pendukung untuk memahami mekanisme pengaruh kerja fleksibel secara lebih menyeluruh. Terakhir, perlu ada penelitian komparatif antar industri karena penelitian pendukung temuan ini berada pada sektor yang berbeda.

Implikasi Penelitian: Hasil ini memberikan kontribusi pada implikasi teoritis dan implikasi praktis pada kebijakan pengaturan kerja fleksibel. Pengaturan kerja fleksibel tidak secara langsung meningkatkan kinerja karyawan melainkan sangat bergantung pada faktor pendukung. Maka dari itu, organisasi perlu mendesain pengaturan kerja fleksibel yang sesuai dengan kebutuhan karyawan. Kemudian, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan penelitian ini untuk mengeksplorasi lebih lanjut terkait pemahaman efektivitas pengaturan kerja fleksibel terhadap kinerja.

Orisinalitas: Temuan ini memiliki orisinalitas terkait efektivitas pengaturan kerja terhadap kinerja. Penelitian sebelumnya sudah banyak membahas bahwa pengaturan kerja fleksibel memiliki

pengaruh pada kinerja dalam model pengaturan kerja fleksibel secara khusus seperti berpusat pada model Work-From Home, Hybrid atau Virtual Work. Penelitian ini menggunakan responden yang bekerja di berbagai organisasi pengaturan kerja fleksibel yang lebih beragam.

Kata kunci: Pengaturan Kerja Fleksibel, Kinerja, Work From Home, Remote, Hybrid.

SUSTAINABLE FINANCE DYNAMICS ON BANKING INDUSTRY: UNVEILING CORPORATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE ON INDONESIA AND SINGAPORE

Ariel Amadeo Putra Lianto¹, Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo²
Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta
armadeo03@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : This research compares how top banks in Indonesia and Singapore apply Corporate Sustainability Performance (CSP) using GRI standards. It highlights differences between a developing country (Indonesia) and a developed one (Singapore), showing how economic and regulatory factors shape sustainability practices. The study helps fill the research gap on CSP in Southeast Asia.

Desain dan Metodologi Penelitian : This study uses a quantitative approach to compare sustainability reporting of banks in Indonesia and Singapore. It analyzes 2022–2024 reports from four Indonesian banks (BCA, BRI, BNI, Mandiri) and three Singaporean banks (DBS, UOB, OCBC), selected purposively. Using GRI standards, items are scored 1 (reported) or 0 (not), forming a G-Index (out of 100) to measure reporting quality.

Temuan: Findings show Indonesian banks slightly outperformed Singaporean banks, averaging 86.54 vs. 83.80 from 2022–2024. Indonesian banks steadily improved, reaching 90.67 in 2024 (up 8.15% from 2022) and scored slightly higher in all key areas. However, their scores varied more, showing uneven commitment. Singaporean banks were more consistent, indicating a more unified approach.

Keterbatasan Penelitian: This study has some limitations. First, differing reporting styles make comparison hard—Indonesian banks use more numbers, while Singaporean banks prefer narratives. Second, the three-year period (2022–2024) is too short for long-term insights. Lastly, using only the GRI standard misses some aspects of sustainability

Implikasi Penelitian: Singaporean banks can improve sustainability reporting by providing clearer, more measurable data, as seen in some Indonesian banks. However, gaps among Indonesian banks highlight the need for stronger regulations and ESG practices. Bank leaders should treat sustainability as a core strategy to boost performance and trust, not just a compliance task.

Orisinalitas: This research is original in applying GRI standards and the G-Index to assess banking institutions' sustainability in Southeast Asia, an under-researched region in ESG studies. By using real data from Indonesian and Singaporean banks, it provides fresh insights into sustainability practices in both developing and developed contexts.

Kata kunci: *Sustainable Finance, Corporate Sustainability Performance, GRI, Singapore, Indonesia.*

KESENJANGAN GENDER DALAM JABATAN STRUKTURAL DI KEMENTERIAN ATR/BPN: ANALISIS DESKRIPTIF TERHADAP PELUANG, HAMBATAN, DAN AKSES KARIER ASN PEREMPUAN

Anggit Wahyu Nur Hadhini¹, Anna Pragiawati²

STIA LAN Jakarta ¹²

anggit.wnh@gmail.com¹ anna.kemenperin@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana terjadi kesenjangan gender dalam jabatan struktural di Kementerian ATR/BPN. Fokus utama penelitian mencakup proporsi keterwakilan perempuan, persepsi terhadap kesetaraan kesempatan karier, serta hambatan yang dihadapi perempuan dalam meraih posisi manajerial. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pengalaman diskriminasi berbasis gender serta akses perempuan terhadap pelatihan dan dukungan karier. Secara keseluruhan, penelitian ini ingin memahami kondisi aktual kesetaraan gender di lingkungan kerja, sekaligus mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki agar lebih inklusif dan adil bagi semua ASN.

Desain dan Metodologi Penelitian : Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan pengambilan data melalui kuisioner terhadap para ASN di lingkungan Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN).

Temuan: Penelitian ini menemukan bahwa representasi ASN perempuan dalam jabatan struktural di Kementerian ATR/BPN masih rendah, terutama pada jenjang JPT Madya, JPT Pratama, dan Administrator, di mana lebih dari 80% posisi tersebut diduduki oleh laki-laki. Meskipun demikian, persepsi ASN terhadap kesetaraan kesempatan karier tergolong tinggi, dengan skor rata-rata 3,99 atau 79,83%. Hambatan utama yang dihadapi perempuan ASN dalam meraih jabatan manajerial berkaitan dengan tanggung jawab domestik, minimnya fasilitas pendukung seperti ruang laktasi dan daycare, serta stereotip gender, meskipun tingkat hambatan secara keseluruhan dikategorikan sedang (62,46%). Sementara itu, pengalaman diskriminasi dan bias gender secara langsung dilaporkan relatif rendah (44,70%), menunjukkan bahwa sebagian besar ASN tidak merasakan diskriminasi eksplisit. Di sisi lain, akses terhadap program pengembangan karier dan dukungan kelembagaan, termasuk pelatihan kepemimpinan dan dukungan atasan, dinilai sangat tinggi (83,51%). Temuan ini mencerminkan adanya kesadaran dan dukungan institusional terhadap kesetaraan gender, namun masih terdapat tantangan struktural yang perlu diatasi untuk mewujudkan birokrasi yang lebih inklusif..

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada lingkup Kementerian ATR/BPN sehingga belum mewakili kondisi di instansi pemerintah lainnya. Data yang digunakan bersifat deskriptif dan berbasis persepsi responden, sehingga bersifat subjektif dan tidak menggambarkan tren jangka panjang. Selain itu, ketidakseimbangan jumlah responden berdasarkan gender dan jabatan serta belum tergalinya faktor kontekstual secara kualitatif juga menjadi keterbatasan dalam menarik kesimpulan yang lebih mendalam.

Implikasi Penelitian: Berdasarkan hasil penelitian, terdapat sejumlah implikasi kebijakan penting untuk mendorong kesetaraan gender di lingkungan Kementerian ATR/BPN. Pertama, diperlukan implementasi strategi afirmatif untuk meningkatkan keterwakilan perempuan dalam jabatan struktural melalui pemetaan potensi dan talent pool berbasis gender. Kedua, sistem merit perlu diperkuat agar lebih responsif terhadap isu gender, memastikan proses promosi berjalan adil tanpa bias terselubung. Ketiga, penyediaan fasilitas pendukung seperti ruang laktasi, daycare, dan fleksibilitas kerja perlu dioptimalkan guna mendukung keseimbangan peran domestik dan profesional ASN perempuan. Keempat, program mentoring dan penguatan jejaring kepemimpinan perempuan penting dikembangkan untuk membuka akses karier yang lebih luas. Terakhir, diperlukan sistem monitoring dan evaluasi data ASN yang responsif gender sebagai dasar perencanaan SDM yang lebih inklusif dan berbasis bukti.

Orisinalitas: Penelitian ini orisinal karena secara khusus menyoroti kesenjangan gender dalam jabatan struktural di Kementerian ATR/BPN, yang belum banyak dikaji secara mendalam. Dengan menggabungkan data kepegawaian aktual dan persepsi ASN, studi ini memberikan gambaran nyata tentang implementasi kesetaraan gender di birokrasi, serta menjadi kontribusi penting bagi perumusan kebijakan SDM yang lebih inklusif dan berbasis bukti.

Kata kunci: *Kesetaraan , Gender, ASN, Jabatan, Struktural.*

WORK FROM ANYWHERE, CREATE ANYWHERE? ANALISIS DAMPAK NYATA FLEKSIBILITAS KERJA PADA KREATIVITAS KARYAWAN

Edina Vivian¹, Alvin Eryandra²
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr.Hamka¹²
edinaviviann@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Perkembangan teknologi dan tuntutan karyawan akan keseimbangan kehidupan kerja telah mendorong adopsi pengaturan kerja fleksibel secara global, termasuk di Indonesia. Namun, efektivitasnya dalam mendorong kreativitas karyawan masih menjadi perdebatan dan perlu dikaji lebih mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh signifikan pengaturan kerja fleksibel terhadap kreativitas karyawan.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana pada 180 karyawan tetap di Indonesia. Teknik *purposive sampling* diterapkan dengan kriteria responden yang memiliki pengalaman kerja minimal satu tahun dan pernah menerapkan kerja fleksibel (*work from anywhere, hybrid* atau *remote*). Instrumen penelitian yang digunakan adalah alat ukur pengaturan kerja fleksibel ($\alpha=0,813$) dan kreativitas ($\alpha=0,947$) dari penelitian sebelumnya yang sudah tervalidasi. Analisis statistik meliputi uji normalitas, linearitas, dan signifikansi koefisien regresi menggunakan software Jamovi 2.6.25.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan kerja fleksibel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas karyawan ($\beta=0,252$; $p<0,001$), dengan kemampuan menjelaskan variasi sebesar 18,9% ($R^2=0,189$). Temuan ini sejalan dengan teori *Job Demands-Resources*, yang menegaskan pengaturan kerja fleksibel sebagai sumber daya organisasional untuk meningkatkan kontrol karyawan atas pekerjaan. Namun, efek moderat yang ditemukan mencerminkan tantangan implementasi dalam budaya kerja di Indonesia.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain sampel yang terbatas pada 180 karyawan tetap sektor swasta, ketidaknormalan distribusi data, serta belum mempertimbangkan variabel mediator/moderator seperti budaya organisasi atau *psychological empowerment*. Pengukuran kreativitas juga hanya berfokus pada generasi ide, bukan implementasinya. Maka, untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas sampel ke berbagai sektor, menggunakan pendekatan *mixed-methods*, dan menguji variabel mediator/moderator untuk memahami mekanisme yang lebih kompleks. Desain longitudinal dan pengukuran kreativitas yang lebih menyeluruh juga diperlukan untuk menilai dampak jangka panjang dari pengaturan kerja fleksibel.

Implikasi Penelitian: Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada implikasinya dengan memperkuat *Job Demands-Resources Theory* yang menunjukkan bahwa pengaturan kerja fleksibel berfungsi sebagai sumber daya organisasional, meskipun efeknya lebih moderat di Indonesia karena pengaruh budaya hierarkis dan sistem evaluasi tradisional. Dalam penerapan praktis, organisasi perlu melakukan tiga langkah strategis. Pertama, organisasi perlu melakukan penerapan sistem evaluasi kinerja yang berorientasi pada pencapaian hasil konkret daripada sekadar

kehadiran fisik. Kedua, menyederhanakan struktur hierarkis dengan memberikan otonomi yang lebih besar kepada karyawan dalam pengambilan keputusan pekerjaan. Ketiga, mengintegrasikan kebijakan pengaturan kerja fleksibel dengan program pengembangan kreativitas yang terstruktur, seperti menyediakan waktu khusus untuk proyek inovatif dan platform kolaborasi digital. Ketiga langkah ini saling terkait dan perlu diimplementasikan secara holistik untuk memaksimalkan dampak positif pengaturan kerja fleksibel terhadap kreativitas karyawan.

Orisinalitas: Penelitian ini menawarkan orisinalitas melalui pendalaman konteks lokal, khususnya dalam menganalisis dampak fleksibilitas kerja terhadap kreativitas karyawan. Walaupun isu serupa telah banyak dieksplorasi dalam studi global, pembahasannya masih terbatas dalam lingkup penelitian nasional. Keunikan penelitian terletak pada pengujian hubungan tersebut dalam lingkungan kerja yang belum optimal mendukung pengaturan kerja fleksibel.

Kata kunci: Pengaturan Kerja Fleksibel, Kreativitas, Budaya Organisasi, *Work From Home*, *Remote*, *Hybrid*.

Memahami Jalur Inovatif: Dampak *Organizational Climate* terhadap *Individual Innovative Behavior* melalui *Individual Creativity*

Fellycia Chandra Wijaya¹, Aloysia Desy Pramusiwi²
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}
aloyasia.desy@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pengaruh *organizational climate* terhadap *individual innovative behavior*, serta mengidentifikasi peran *individual creativity* sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Secara khusus penelitian ini menganalisis terkait *individual creativity* dapat meningkatkan *individual innovative behavior*.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif melalui metode survei pada karyawan PT Delta Merlin Sandang Tekstil. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria lama bekerja minimal satu tahun. Metode pengujian instrumen melalui uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas melalui composite reliability. Pengujian hipotesis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), dengan total responden 119.

Temuan: Temuan dari penelitian ini menunjukkan *individual creativity* memediasi secara komplementer pengaruh *organizational climate* terhadap *individual innovative behavior*. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas individu memainkan peran kunci dalam menghubungkan iklim organisasi yang mendukung perilaku inovatif individu di tempat kerja.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya melibatkan responden dari satu organisasi sehingga hasil data penelitian tidak dapat digeneralisir.

Implikasi Penelitian: Implikasi manajerial dari temuan ini menekankan pentingnya toleransi tinggi terhadap kesalahan yang dilakukan oleh individu sehingga dapat meningkatkan iklim organisasi sehingga dapat mendorong kreativitas individu, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan perilaku inovatif karyawan. Selain itu, perlu adanya program yang dapat memicu daya pikir kreatif seperti pelatihan berbasis inovasi, forum diskusi ide antar divisi dan adanya sistem reward yang diberikan untuk ide baru yang konstruktif yang diberikan oleh karyawan.

Orisinalitas: Penelitian ini berfokus pada industri tekstil yang menunjukkan tantangan signifikan dalam penerapan inovasi, dengan lingkungan kerja yang terstruktur dan hierarkis. Dalam konteks ini, penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana struktur organisasi yang kaku dapat memengaruhi perilaku inovatif individu, serta bagaimana kebijakan perusahaan dalam menciptakan iklim yang mendukung kreativitas dapat mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan mendorong inovasi yang lebih efektif.

Kata kunci: *organizational climate, individual innovative behavior, individual creativity*

EFFICIENCY OF HEALTH EXPENDITURE IN MEMBER COUNTRIES OF THE MIDDLE EAST AND NORTH AFRICA (MENA): A DATA ENVELOPMENT ANALYSIS APPROACH

Lina Af'ida Fataya Helwa¹, Zakiyatul Fakhroh²
Universitas Gadjah Mada^{1,2}

Email korespondensi: linaafidafatayahelwa@mail.ugm.ac.id

ABSTRACT

Purpose : Studies concerning the efficiency of health spending rank among the primary priorities in global policies aimed at enhancing health equity through improved health services and care. This study focuses on countries belonging to the MENA countries due to their limited access to healthcare, government health spending, and increasing out-of-pocket expenditure. The objective of this study is to assess the efficiency scores of healthcare expenditure in MENA member countries.

Design and Method : The study is quantitative research using the Data Envelopment Analysis (DEA) model for measuring efficiency of health expenditures. The research uses two variables. Input variables include total health expenditures, government health expenditures, and out-of-pocket health expenditures (OOP) per capita PPP current International \$. Output variables include life expectancy and infant mortality per 1,000 births, all derived from WDI data. The research sample uses purposive sampling covering 14 MENA countries during 2002-2021.

Finding : The results of this study indicate that the average efficiency score of MENA countries from 2002 to 2021 was 0.880. The countries with the highest efficiency scores are dominated by Gulf countries, including Oman with the highest efficiency score, followed by Kuwait, Qatar, Saudi Arabia, and the UAE, while Morocco has the lowest efficiency score.

Limitations : It primarily relies on macro-level aggregate data, and future research could benefit from incorporating micro-level survey data from MENA member countries. Future research should be able to explore the factors affecting health expenditure efficiency, including socio-economic, educational, health, governance, and environmental factors.

Implications : Based on this research, MENA countries are encouraged to diversify government-owned insurance policies, allocate government health expenditures more precisely, reduce the stunting rate among children, protect the health of pregnant women, and promote health investments.

Originality : The originality of this study lies in the use of one of the input variables, namely OOP as the largest component of health spending compared to other types of health expenditure in MENA countries, making it a relevant indicator for measuring health spending efficiency. This is because OOP reflects the direct burden borne by individuals.

Keywords: *efficiency of health expenditure, DEA analysis, MENA countries.*

TAKTIK INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION PT NUTRIFOOD DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI AKTIVITAS FISIK REMAJA MELALUI PROGRAM HILO BODY MOVE DI YOGYAKARTA

Ezra Natalia Margareta Sinaga¹

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta
ezranataliams@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan untuk menganalisis dan memahami Taktik *Integrated Marketing Communication* PT Nutrifood Dalam Meningkatkan Partisipasi Aktivitas Fisik Remaja Melalui Program *Hilo Body Move* di Yogyakarta.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode penelitian studi kasus untuk menganalisis dan melihat taktik IMC apa saja yang digunakan oleh PT Nutrifood melalui Program *Hilo Body Move* untuk meningkatkan partisipasi aktivitas remaja di Yogyakarta dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Selanjutnya, masuk pada tahap reduksi data pada hasil temuan yang didapatkan melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi untuk mengelompokkan hasil temuan data, kemudian disajikan dalam bentuk narasi dan pada akhir proses melalui verifikasi data hingga mencapai pada kesimpulan dari data yang diperoleh.

Temuan: Hasil penelitian ini menemukan bahwa bahwa PT Nutrifood menerapkan tiga taktik utama dalam IMC pada program *Hilo Body Move*, yaitu promosi penjualan, *word of mouth*, dan pemasaran via internet. Penelitian ini menemukan bahwa beberapa saluran komunikasi yang dilakukan pada program *Hilo Body Move* berhasil meningkatkan *awareness* remaja dalam aktivitas fisik karena adanya kegiatan ini. Selain itu juga, terdapat data pendukung dari PT Nutrifood bahwa dalam Pulau Jawa, Yogyakarta menempati pencapaian lokasi sekolah-sekolah tertinggi melalui *Hilo Body Move* bersama produk bernama Hilo Teen.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatas yaitu hanya melibatkan tiga narasumber saja. Selain itu, pendekatan kualitatif memang memberikan wawasan mendalam dari sudut pandang PT Nutrifood, tetapi terbatas dalam merepresentasikan dampak yang lebih luas. Keterbatasan lainnya terletak pada keberlanjutan program. Tidak ada jaminan bahwa aktivitas fisik akan terus meningkat setelah program HBM berakhir, karena peningkatan ini terlihat hanya selama program berlangsung

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini adalah Pihak PT Nutrifood agar lebih memperhatikan setiap detail IMC yang diterapkan contohnya seperti Pemasaran via internet yang dilakukan oleh internal saja, hal ini disarankan dapat menggunakan *brand ambassador* di setiap sekolah untuk meningkatkan *awareness* pada program dan produk. Selain itu, memberikan arahnya yang jelas

untuk setiap sekolah dan anak remaja agar membantu memposting mengenai *Hilo Body Move* agar pesan tersebut lebih *related* ke target konsumen dan taktik IMC *Word of Mouth* dapat di survei melalui link form atau ditanyakan setelah kegiatan Hilo Body Move berlangsung.

Orisinalitas: Orisinalitas dalam penelitian ini terletak pada program yang hanya dijalankan oleh PT Nutrifood untuk meningkatkan pentingnya *awareness* mengenai asupan yang bergizi dan diseimbangi dengan aktivitas fisik yang cukup melalui program *Hilo Body Move* yang didesain untuk meningkatkan aktivitas anak remaja. Maka dari itu, penelitian ini memberikan wawasan bary bahwa tujuan produk selaras dengan rendahnya aktivitas remaja di Yogyakarta, sehingga hadirnya produk dan program ini membantu anak remaja agar memiliki masa depan yang baik.

Kata kunci: *Aktivitas Fisik, Hilo, Integrated Marketing Communications.*

THE HIDDEN PATH: INTERNAL COMMUNICATION MEMBANGUN EMPLOYEE PERFORMANCE MELALUI ORGANIZATIONAL ATTRACTIVENESS

Jeanny Merilla Theda Lukito¹, Aloysia Desy Pramusiwi²
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}
aloyasia.desy@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *internal communication* terhadap *employee performance*, serta mengeksplorasi peran mediasi *organizational attractiveness* dalam hubungan tersebut. Secara khusus, penelitian ini mengkaji peran *organizational attractiveness* dapat meningkatkan *employee performance* sebagai upaya pencapaian visi dan misi perusahaan melalui *internal communication*.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif melalui metode survei pada karyawan PT xxx yang bergerak di industri rokok. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria lama bekerja minimal satu tahun. Metode pengujian instrumen melalui uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas melalui *composite reliability*. Pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Total responden dalam penelitian ini 210 pada divisi *engineering* dan *operation*.

Temuan: Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *organization attractiveness* memediasi secara sebagian (*partial*) pengaruh *internal communication* terhadap *employee performance*. Dengan demikian, model penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian empiris sebelumnya dan diharapkan dapat menambah referensi terkait peran *organizational attractiveness* sebagai mediator dalam konteks internal perusahaan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya melibatkan responden dari satu organisasi sehingga hasil data penelitian tidak dapat digeneralisasi secara luas.

Implikasi Penelitian: Implikasi manajerial dari penelitian ini menunjukkan pentingnya penguatan komunikasi internal seperti menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kepercayaan diri karyawan dalam berbicara di depan umum dan menciptakan atmosfer rapat yang terbuka dan bebas dari penilaian. Selain itu, perusahaan perlu menciptakan sistem kerja yang mampu mengakomodasi potensi dan aspirasi karyawan melalui penugasan yang menantang serta memberikan program pengembangan karier dan rotasi kerja untuk dapat menciptakan *organizational attractiveness*.

Orisinalitas: Penelitian ini mengeksplorasi peran *organizational attractiveness* secara internal sebagai mediator dalam konteks komunikasi internal di industri rokok, yang memiliki karakteristik dan tantangan unik, terutama terkait regulasi ketat. Penelitian ini memperkaya literatur dengan menganalisis bagaimana *organizational attractiveness* dapat memperkuat efektivitas komunikasi internal dalam mempengaruhi kinerja karyawan.

Kata kunci: *internal communication, employee performance, organizational attractiveness*

EMPLOYEE HAPPINESS: FAKTOR PENENTU EFEK PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR

Nyoman Putri Vidya Paramanda¹, Aloysia Desy Pramusiwi²

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}

aloyasia.desy@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *perceived organizational support* (POS) terhadap *organizational citizenship behavior* (OCB), serta mengeksplorasi peran mediasi *employee happiness* dalam hubungan tersebut. Secara spesifik, studi ini menganalisis sejauh mana dukungan organisasi yang dirasakan oleh karyawan mampu meningkatkan kebahagiaan karyawan, yang selanjutnya berkontribusi pada munculnya OCB sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi serta mencapai tujuan organisasi.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif melalui metode survei pada perawat di Rumah Sakit XXX di kota Malang. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria lama bekerja minimal satu tahun. Total responden dalam penelitian ini berjumlah 45. Metode pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dan pengujian hipotesis menggunakan Baron & Kenny.

Temuan: Temuan dari penelitian ini menunjukkan *employee happiness* memediasi secara penuh pengaruh POS terhadap OCB melalui responden yang bekerja sebagai perawat. Dengan demikian, model penelitian ini sesuai dengan penelitian empiris sebelumnya sehingga diharapkan dapat memperbanyak acuan mengenai peran *employee happiness* sebagai pemediasi.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya melibatkan responden dari satu organisasi, yaitu perawat di Rumah Sakit XXX di Kota Malang, sehingga perlu dilakukan menyebarkan kuesioner ke sektor dan profesi lain untuk mendapatkan generalisasi data mengenai topik ini.

Implikasi Penelitian: Organisasi perlu memberikan kepercayaan pada karyawan untuk melakukan *job enrichment* sehingga dapat meningkatkan perilaku OCB mereka. Selain itu, perusahaan perlu menciptakan lingkungan kerja yang dapat meningkatkan perasaan positif di tempat kerja melalui berbagai macam kegiatan maupun dukungan organisasional sehingga dapat meningkatkan *employee happiness*.

Orisinalitas: Penelitian ini fokus pada sektor kesehatan, khususnya perawat, yang menghadapi tantangan stres tinggi dan kebutuhan dukungan organisasi. *Employee happiness* memediasi sepenuhnya pengaruh POS terhadap OCB. Peningkatan kebahagiaan karyawan di sektor ini dapat mendorong OCB dan meningkatkan kinerja organisasi, terutama dalam konteks layanan masyarakat.

Kata kunci: *Perceived Organizational Support, Organizational Citizenship Behavior, Employee Happiness*

EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF SPECIAL AUTONOMY FUNDS IN PAPUA: A DEA-BASED COMPARATIVE ANALYSIS

Angelina Komala¹, Mario Rosario Wisnu Aji²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
angelinakomala@gmail.com

ABSTRACT

Objectives: Indonesia's development continues to face significant challenges, particularly in regions with complex socio-economic dynamics, such as Papua. To foster development and reduce regional disparities, the government has introduced Special Autonomy Funds (Otsus Funds) as a strategic financial instrument. This study aims to assess the efficiency of financial management in cities and regencies in Papua before and after the implementation of the Otsus Funds, determining if the allocation of these funds has contributed to better financial outcomes and improved socio-economic conditions.

Research Design and Methodology: This study utilizes secondary data from the Indonesian Central Statistics Agency (BPS) and the Ministry of Finance for the year 2023, covering 42 cities and regencies across six provinces in Papua. The input variable in this study is the Special Autonomy Fund (Otsus Fund), while the output variables include the Human Development Index (HDI), Regional Gross Domestic Product (PDRB), the Gini Ratio (measuring income inequality), and the average years of schooling (reflecting education quality). The study applies Data Envelopment Analysis (DEA), a non-parametric method for evaluating the relative efficiency of decision-making units in converting inputs into outputs. The DEA model is based on the Variable Returns to Scale (VRS) assumption, allowing for differences in operational scale.

Findings: The findings of this study indicate that the efficiency levels in utilizing Special Autonomy Funds vary significantly across the six provinces in Papua. Some provinces demonstrated relatively high efficiency in converting allocated funds into development outcomes, particularly in improving human development indicators and regional GDP. However, other provinces showed low efficiency scores, suggesting suboptimal fund utilization and a potential mismatch between budget allocation and actual performance.

Research Limitations: The study only focuses on financial efficiency and does not consider external factors like governance quality, political stability, or regional policies, which may also impact development outcomes. Additionally, the Data Envelopment Analysis (DEA) method only compares efficiency between regions and does not give an absolute measure of success. Lastly, the study analyzes data from a single year (2023), which may not fully reflect long-term trends or variations in financial management and regional development.

Research Implications: This study provides valuable insights for policymakers and researchers by offering empirical evidence on the effectiveness of Special Autonomy Funds (Otsus Funds) in improving regional financial management and development in Papua. The findings can guide future

adjustments in the allocation and utilization of Otsus Funds, enhancing public service delivery and addressing regional disparities.

Originality: This study is among the first to comprehensively assess the efficiency of Special Autonomy Fund allocation across all six newly divided provinces in Papua using a DEA approach. By incorporating multiple development indicators—such as HDI, PDRB, Gini Ratio, and education metrics—it provides a multidimensional analysis of how well fiscal resources are managed in a uniquely decentralized context.

Keywords: *Special Autonomy Funds, Efficiency, Data Envelopment Analysis, Papua*

PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SOSIALISASI PAJAK, PEMUTIHAN PAJAK, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR YANG TERDAFTAR DI SAMSAT KOTA SURAKARTA

Yohanes Raka Argani Putra, Raymundo Patria Hayu Sasmita
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta
raka170603@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menguji Kembali pengaruh pengetahuan perpajakan, pemutihan pajak, sosialisasi pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di samsat Kota Surakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Samsat Kota Surakarta karena masih terdapat realisasi yang belum mencapai target yang dianggarkan oleh Bapenda.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode data primer dengan pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dan menggunakan data data yang diberikan oleh UPPD Kota Surakarta dan juga *website* dari Bapenda. Data yang diperoleh dan dapat diolah saat ini yaitu 381 kuesioner. Pengumpulan data menggunakan survei kuesioner yang diberikan kepada wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Surakarta, Grup Komunitas Anak Muda Solo Raya, dan Samsat Keliling di halaman Samsat dan saat *Car Free Day* di Kota Surakarta. Model pengujian menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan bantuan *software* SPSS.

Temuan: Hasil analisis menunjukkan bahwa pemutihan pajak mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Para wajib pajak yang mengalami keterlambatan dalam pembayaran pajak, sehingga memperoleh sanksi pajak, merasa sangat terbantu dengan adanya program pemutihan pajak dikarenakan hal tersebut mampu mengurangi atau menghapus beban denda yang dimiliki oleh wajib pajak. Hal ini menjadikan pengetahuan perpajakan dan pemutihan pajak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Samsat Kota Surakarta, sedangkan sosialisasi pajak dan sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Samsat Kota Surakarta.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Data hanya diambil dari Google Scholar berupa penelitian terdahulu serta pengertian tiap variabel, *website* Bapenda, dan BPS milik Kota Surakarta, sehingga terjadi potensi adanya penyampaian data yang ditampilkan oleh peneliti menjadi kurang terperinci.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini memberikan kontribusi pada perkembangan program pemutihan pajak kendaraan bermotor yang diadakan oleh Pemerintah Daerah. Karena dengan adanya penelitian ini Bapenda Surakarta juga akan mengetahui program yang dijalankan mampu bermanfaat atau tidak

bagi para wajib pajak serta melihat antusiasme wajib pajak terhadap program ini. Serta penelitian ini mampu memperdalam pengetahuan dan wawasan untuk wajib pajak terhadap aturan-aturan yang baru.

Orisinalitas: Penelitian ini memiliki orisinalitas dalam hal berlakunya dua program pemutihan pajak yaitu Jateng Merah Putih dan juga pemutihan pajak pada umumnya. Hal ini dikarenakan untuk Jateng Merah Putih tergolong sebagai program baru yang masih sangat jarang untuk dilakukan penelitian, sehingga masih banyak orang awam yang belum dapat mengetahui perbedaan di antara kedua program tersebut.

Kata kunci: *Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Pajak, Pemutihan Pajak, Sanksi Pajak.*

PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI KECAMATAN UMBULHARJO KOTA YOGYAKARTA

Maria Vanya Laksminto Putri, Raymundo Patria Hayu Sasmita

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta
mariavanya02@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan kepatuhan wajib pajak dalam pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dengan melakukan pengujian terhadap empat variabel independen, yaitu tingkat pendapatan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan sanksi pajak, sehingga dapat ditemukan strategi yang optimal untuk mengatasi akumulasi tunggakan pajak yang masih menjadi permasalahan signifikan di Kota Yogyakarta, khususnya Kecamatan Umbulharjo.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan jenis data primer dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara *door to door* kepada responden, yaitu wajib pajak bumi dan bangunan. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria, yaitu wajib pajak bumi dan bangunan yang memiliki objek pajak terdaftar di Kecamatan Umbulharjo, khususnya yang beralamat di Kelurahan Pandeyan, Tahunan, dan Sorosutan. Dari populasi yang ada, penulis memperoleh sampel sebanyak 398 responden sesuai dengan target awal penelitian yang dihitung menggunakan rumus *Slovin*, yaitu sebanyak 398 responden. Dalam penelitian ini, digunakan model penelitian berupa analisis regresi linear berganda dan pengolahan data dilakukan menggunakan *software* berupa SPSS 26.

Temuan: Hasil dari uji nilai t pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel, yaitu tingkat pendapatan (X1), kesadaran wajib pajak (X2), dan sanksi pajak (X4) yang dinyatakan berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen. Di sisi lain, variabel sosialisasi perpajakan (X3) dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, berdasarkan hasil dari uji statistik deskriptif dan wawancara yang dilakukan bersama dengan wajib pajak di Kecamatan Umbulharjo, terdapat beberapa hal yang menyebabkan rendahnya kepatuhan wajib pajak bumi dan bangunan di Kecamatan Umbulharjo, yaitu tingkat pendapatan wajib pajak yang cenderung rendah; sosialisasi perpajakan yang kurang tepat sasaran karena pemerintah cenderung mengandalkan pihak ketiga, yaitu pejabat di wilayah setempat, seperti ketua RT dan ketua RW dalam menyampaikan informasi terkait pajak bumi dan bangunan; kurangnya kesadaran bahwa pajak adalah suatu kewajiban; dan sanksi pajak yang masih mengenal toleransi (adanya program pemutihan), sehingga sanksi yang ditetapkan dipandang sebelah mata oleh wajib pajak yang kurang memiliki kesadaran.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan berupa data yang diperoleh hanya diambil dari kuesioner yang disebar di tiga kelurahan yang ada di Kecamatan Umbulharjo, yaitu

Pandeyan, Tahunan, dan Sorosutan karena keterbatasan waktu dalam penyebaran kuesioner. Sehingga, data yang diperoleh tidak sepenuhnya merepresentasikan kondisi yang ada di seluruh wilayah Kecamatan Umbulharjo.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak bumi dan bangunan. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak pemerintah, khususnya BPKAD Kota Yogyakarta dalam merumuskan strategi kebijakan perpajakan yang lebih efektif untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, seperti pengadaan sosialisasi secara langsung oleh pemerintah terkait informasi seputar pajak bumi dan bangunan kepada wajib pajak. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada akademisi sebagai dasar pengembangan riset terkait kepatuhan wajib pajak bumi dan bangunan dalam konteks daerah tertentu, sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Orisinalitas: Penelitian ini memiliki orisinalitas dengan berfokus pada Kecamatan Umbulharjo yang ada di Kota Yogyakarta sebagai lokasi penelitian yang jarang menjadi objek kajian kepatuhan wajib pajak, khususnya Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). Keberagaman ekonomi, sosial, serta tingkat kesadaran masyarakat di Kecamatan Umbulharjo mampu memberikan konteks yang unik dalam mengeksplorasi determinan kepatuhan wajib pajak.

Kata kunci: *Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan , Tingkat Pendapatan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Pajak.*

APAKAH GAYA KEPEMIMPINAN MENENTUKAN TINGKAT KEPUASAN KERJA? STUDI PADA PERUSAHAAN JASA MAKANAN DI YOGYAKARTA

Fernando Bagas Yovilianto¹, Daniel Yudistya Wardhana²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2},
dywardhana@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengaruh gaya kepemimpinan transformasional dan transaksional terhadap kepuasan kerja karyawan pada Perusahaan Jasa Makanan di Yogyakarta, dimana karyawan dalam industri tersebut memerlukan panduan jelas dalam pelayanan terhadap konsumen.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan data melalui penyebaran kuesioner daring kepada karyawan, dengan jumlah jawaban responden sebanyak 45 orang karyawan dan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu yaitu karyawan tetap atau kontrak dengan minimal masa kerja 6 bulan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel gaya kepemimpinan transformasional dan transaksional terhadap kepuasan kerja karyawan. Data yang diperoleh dianalisis dengan metode regresi linear berganda menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS.

Temuan: Hasil analisis menunjukkan bahwa baik gaya kepemimpinan transformasional maupun transaksional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan gaya kepemimpinan yang sesuai dapat meningkatkan kepuasan kerja dalam lingkungan industri jasa makanan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini mempunyai keterbatasan terkait dengan proporsi dari jumlah responden yang mewakili setiap gerai yang diteliti dan adanya keterbatasan akses dalam pengumpulan data.

Implikasi Penelitian: Berdasarkan hasil penelitian perusahaan didorong untuk lebih memberikan arahan dan panduan bagi karyawan dengan gaya kepemimpinan tertentu. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan cakupan sample dan variabel tambahan yang dapat mendukung keberagaman penelitian.

Orisinalitas: Penelitian ini berkontribusi secara khusus pada industri makanan dan minuman di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan dan perumusan kebijakan bagi perusahaan pada industri terkait. Aspek kepemimpinan dalam industri ini belum menjadi kajian utama, dimana interaksi dan pelayanan terhadap konsumen menjadi hal yang perlu peran dan dukungan pemimpin.

Kata kunci: *Kepemimpinan Transofmasional, Kepemimpinan Transaksional, Kepuasan Kerja, Industri Jasa Makanan*

PENGARUH PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP NIAT UNTUK BERPINDAH DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI

Melinda Susilowati¹, Theresia Agung Maryudi Harsiwi²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹, Universitas Atma Jaya Yogyakarta²
210326082@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) terhadap niat untuk berpindah serta menganalisis peran komitmen organisasional dalam memediasi pengaruh pengembangan SDM terhadap niat untuk berpindah. Penelitian ini melihat pentingnya komitmen organisasional sebagai bagian dari strategi pengembangan SDM yang dapat menurunkan niat untuk berpindah.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei pada 62 karyawan perusahaan yang dipilih secara *purposive sampling* dengan kriteria masa kerja selama 3 tahun atau lebih dan pernah mendapatkan atau mengikuti program pengembangan SDM minimal 2 kali. Kuesioner disebarikan secara *online* dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji keterkaitan antar variabel penelitian.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan pengembangan SDM memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap komitmen organisasional, komitmen organisasional memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap niat untuk berpindah, pengembangan SDM memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap niat untuk berpindah, dan komitmen organisasional memediasi pengaruh pengembangan SDM terhadap niat untuk berpindah.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada desain penelitian *cross-sectional* yang dilakukan sekali dalam satu waktu, sehingga tidak dapat menangkap perubahan niat untuk berpindah dari waktu ke waktu. Selain itu penelitian hanya menggunakan kuesioner sebagai satu-satunya metode pengumpulan data yang bergantung pada persepsi subyektif dari karyawan sebagai responden penelitian, sehingga dimungkinkan terjadi bias responden.

Implikasi Penelitian: Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan SDM bukan hanya meningkatkan kompetensi karyawan, namun strategi retensi karyawan. Pengembangan SDM juga harus disertai dengan upaya membangun keterikatan emosional seperti penghargaan, pengakuan, dan komunikasi yang terbuka, sehingga memperkuat komitmen organisasional yang akhirnya berdampak pada niat untuk berpindah.

Orisinalitas: Kontribusi orisinalitas penelitian ini terletak pada efek pengembangan SDM tidak langsung berpengaruh pada niat untuk berpindah, tetapi melalui faktor psikologis seperti komitmen organisasional dalam konteks Indonesia. Orisinalitas ini merupakan kontribusi kontekstual yang penting dalam pengembangan SDM di lingkungan lokal.

Kata kunci: pengembangan SDM, komitmen organisasional, niat untuk berpindah.

PERAN DUKUNGAN ORGANISASI PERSEPSIAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KEPEMIMPINAN INKLUSIF TERHADAP PERILAKU INOVATIF KARYAWAN DI PT INDUSTRI KERETA API (PERSERO)

Laurentius David Ardian Putra¹, Agatha Mayasari²

Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1, 2}

laurentiusdavid74@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan inklusif terhadap perilaku inovatif karyawan yang dimediasi oleh dukungan organisasi persepsian. Perkembangan ekonomi yang pesat menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan daya saing, termasuk PT Industri Kereta Api (Persero) atau PT INKA (Persero) sebagai satu-satunya perusahaan manufaktur kereta api di Indonesia. Sebagai perusahaan berbasis inovasi, PT INKA (Persero) perlu menciptakan lingkungan kerja yang mendorong kreativitas dan inovasi.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 167 karyawan PT INKA (Persero). Instrumen penelitian ini telah melalui uji validitas dan reliabilitas untuk menghasilkan data yang valid dan reliabel. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) yang diolah untuk menguji hubungan beberapa variabel dalam satu model penelitian secara simultan.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan inklusif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif karyawan serta dukungan organisasi persepsian. Kemudian, dukungan organisasi persepsian juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif karyawan serta memediasi secara parsial pengaruh kepemimpinan inklusif terhadap perilaku inovatif karyawan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup penelitian yang dilakukan pada perusahaan di industri manufaktur kereta api sehingga tidak dapat digeneralisasikan secara langsung pada industri dengan karakteristik yang berbeda.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan pengelolaan sumber daya manusia untuk menciptakan lingkungan kerja yang inovatif.

Orisinalitas: Penelitian ini secara spesifik mengkaji terkait peran dukungan organisasi persepsian sebagai variabel mediasi antara kepemimpinan inklusif dan perilaku inovatif karyawan yang diuji melalui metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS).

Kata kunci: *Kepemimpinan Inklusif, Perilaku Inovatif Karyawan, Dukungan Organisasi Persepsian, PT INKA (Persero).*

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *EVENT MARKETING* DAN PEMESARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI MEDIATOR

Kevin Pierens Akihary; Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti
Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta
kevinakihary@gmail.com; mahestu.krisjanti@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *brand ambassador*, *event marketing*, dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian dari produk Indomie *Korean Ramyeon Series* dengan *brand image* sebagai mediator. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan hubungan antarvariabel untuk dapat mengetahui strategi pemasaran terbaik yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini bersifat kuantitatif menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner secara daring melalui berbagai kanal *fansite* K-Pop dengan total 517 responden yang berpartisipasi untuk mengemukakan opini mereka terkait berbagai strategi pemasaran dari produk Indomie *Korean Ramyeon Series*, dimana data tersebut dianalisis menggunakan SmartPLS 3.0.

Temuan: Penelitian ini menemukan bahwa *event marketing* dan pemasaran digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra merek dan keputusan pembelian. Selain itu, pengaruh tidak langsung dari *brand ambassador*, *event marketing*, pemasaran digital melalui mediator yaitu *brand image* terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh signifikan. Di lain sisi, *brand ambassador* tidak mempengaruhi citra merek secara signifikan dan citra merek tidak dapat memediasi pengaruh antara *brand ambassador* dan keputusan pembelian.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan, dimana indikator pertanyaan pada kuesioner digunakan secara tidak menyeluruh dari beberapa penelitian terdahulu, dikarenakan belum adanya penelitian yang membahas mengenai topik yang sama sehingga berpotensi mengurangi hubungan antarindikator dalam satu variabel karena terdapat perbedaan konteks penelitian pada masing-masing penelitian terdahulu. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari jurnal acuan yang tepat dan lengkap, sehingga peneliti dapat memasukkan indikator secara menyeluruh pada penelitiannya agar tidak berpotensi mengurangi hubungan antarindikator dalam satu variabel. Selain itu, topik penelitian ini tidak umum diketahui, sehingga terdapat kesulitan ketika mencari responden secara luring, sehingga peneliti harus menyebarkan kuesioner secara daring melalui akun dan grup *fanbase* maupun *fansite*. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan dalam mendapatkan responden dengan jumlah yang merata, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih tepat dan akurat.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini dapat berimplikasi sebagai acuan maupun sumber referensi serta memberikan kontribusi teoritis bagi penelitian di masa mendatang. Adapun implikasi praktis dari

penelitian ini dapat diadaptasi oleh merek Indomie ataupun merek lain untuk dapat memilih dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, diharapkan perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih cermat dan juga sesuai, baik melalui *brand ambassador*, *event marketing* maupun melalui pemasaran digital untuk dapat meningkatkan citra merek dan juga keputusan pembelian yang mana akan berpengaruh terhadap penjualan dari merek tersebut.

Orisinalitas: Penelitian ini memiliki orisinalitas dalam meneliti hubungan antarvariabel yang belum diteliti sebelumnya dan penyebaran kuesioner dilakukan melalui berbagai kanal *fansite* KPOP sehingga dapat menjangkau populasi secara menyeluruh untuk mendapatkan sampel yang tepat.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Event Marketing*, Pemasaran Digital, Citra Merek, Keputusan Pembelian

KONSTRUKSI SKALA *SUBJECTIVE FINANCIAL WELL-BEING* PADA *EMERGING ADULT* DI INDONESIA: EKSPLORASI FAKTOR

Hillary Detty Valerianty, Ludfia Fath Hanafiah, Bertha Kristiyanti

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro

valerian.hillary@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk mengkonstruksi dan menguji validitas serta reliabilitas skala *Subjective Financial Well-Being* (SFWB) bagi populasi *emerging adult* (usia 18–29 tahun) di Indonesia. Skala ini dirancang untuk mengukur persepsi subjektif individu terhadap kesejahteraan finansial berdasarkan dimensi kognitif, perilaku, relasional, temporal, dan emosional.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tahapan pengembangan instrumen psikometrik. Sebanyak 120 aitem awal dikembangkan berdasarkan tinjauan literatur dan divalidasi menggunakan Aiken's V. Aitem yang memenuhi kriteria ($V \geq 0.6$) diuji coba pada 234 partisipan. Analisis data meliputi uji reliabilitas (Cronbach's Alpha), Exploratory Factor Analysis (EFA), dan dengan bantuan perangkat lunak JASP.

Temuan: Skala akhir terdiri dari 22 aitem dengan reliabilitas sangat baik ($\alpha = 0.889$). EFA mengidentifikasi tiga faktor dominan: (1) Ketidakpuasan Finansial (2) Perilaku Keuangan, (3) Ketahanan Emosional, dan (4) Kepuasan Finansial.

Keterbatasan Penelitian: Keterbatasan meliputi jumlah partisipan yang belum memenuhi kuota ideal untuk analisis konfirmatori serta terbatasnya generalisasi akibat homogenitas sampel (hanya *emerging adult* di Indonesia).

Implikasi Penelitian: Skala SFWB dapat digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi risiko finansial dan merancang intervensi edukasi keuangan bagi *emerging adult*. Hasil penelitian juga memberikan dasar pengembangan instrumen serupa dengan pendekatan budaya spesifik.

Orisinalitas: Penelitian ini merupakan salah satu upaya awal dalam mengembangkan skala SFWB berbasis konteks Indonesia, menggabungkan dimensi teoritis global dengan tantangan finansial lokal seperti perilaku konsumtif dan perbandingan sosial. Pendekatan psikometrik yang komprehensif (kuantitatif-kualitatif) menjadi nilai tambah pada penelitian ini.

Kata kunci: *Kesejahteraan finansial subjektif, emerging adult, konstruksi skala, validitas psikometrik, pengelolaan keuangan.*

PENGARUH ESG SCORE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI)

Yohanes Zent Novenzo Wijaya, Anna Purwaningsih

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

kzentwijaya@gmail.com, anna.purwaningsih@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ESG dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023. Berkembangnya dunia bisnis yang sangat pesat membuat setiap perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan secara optimal dan dapat menarik bagi para investor. Oleh karena itu, ESG Score dan profitabilitas suatu perusahaan diyakini dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id) dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini juga melakukan uji asumsi klasik sebelum melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis penelitian ini menggunakan metode regresi liner berganda (multiple regression) melalui software SPSS untuk menganalisis hubungan antar variabel.

Temuan: Hasil penelitian diharapkan menunjukkan bahwa ESG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas diharapkan juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu ESG dan profitabilitas sehingga hasilnya belum dapat maksimal untuk melihat nilai perusahaan. Implikasi

Penelitian: Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan perbankan dalam upaya untuk menggunakan dan menerapkan praktik ESG dan profitabilitas dalam kegiatan operasional perusahaan serta dapat dijadikan dasar bagi para investor dan calon investor untuk membuat keputusan berinvestasi dalam perusahaan.

Orisinalitas: Penelitian ini secara spesifik menguji pengaruh ESG dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023, yang diuji melalui multiple regression.

Kata kunci: ESG, Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Perbankan.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *PURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND TRUST* PADA PENGGUNA PERAWATAN KULIT X DI JAKARTA

Mahardika Putriluga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara
mahardika.115210506@stu.untar.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived quality*, *brand awareness*, dan *brand trust* terhadap *purchase intention*. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived quality* dan *brand awareness* berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui *brand trust* perawatan kulit X di Jakarta.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pemilihan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* kepada 103 pengguna X di Jakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner melalui *google form* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan *SmartPLS4* dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived quality* berpengaruh positif terhadap *brand trust*, *brand awareness* berpengaruh positif terhadap *brand trust*, *perceived quality* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, *brand awareness* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, *brand trust* tidak berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, *perceived quality* tidak berpengaruh positif terhadap *purchase intention* dengan *brand trust* sebagai mediasi, serta *brand awareness* tidak berpengaruh positif terhadap *purchase intention* dengan *brand trust* sebagai mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan niat membeli konsumen, perusahaan dapat meningkatkan kualitas dan kesadaran akan produk, serta konsisten dalam memberikan kualitas jasa dan produk sesuai kebutuhan konsumen, dan selalu hadir di pasar untuk lebih tampak dikenal konsumen.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada pengambilan sampel berjumlah 109, tetapi hanya dapat menggunakan 103 yang *valid*. Hal ini karena 6 sampel tidak memenuhi kriteria, serta keterbatasan waktu dalam mengumpulkan data. Selain itu, menggunakan profil domisili yang terbatas yaitu hanya di wilayah Jakarta. Hal ini membatasi sampel karena tidak mewakili seluruh pengguna perawatan kulit X di Indonesia dan hanya merespon di wilayah tertentu.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini memberikan suatu informasi kepada perusahaan tentang bagaimana faktor yang memengaruhi keinginan untuk membeli produk. Diharapkan informasi ini membantu perusahaan membuat keputusan yang akan membantu bertahan dalam persaingan. Selain itu, implikasi teoritis dapat memberi lebih banyak acuan bagaimana *perceived quality*, *brand awareness*, dan *brand trust* memengaruhi *purchase intention*.

Orisinalitas: Penelitian ini memiliki orisinalitas dalam mengkaji pengaruh *perceived quality* dan *brand awareness* terhadap *purchase intention* melalui *brand trust* pada perawatan kulit X. Meskipun topik mengenai *purchase intention* sudah banyak diteliti, tetapi perawatan kulit pada *brand X* menjadi fokus untuk diteliti masih sangat jarang. Dengan keberhasilannya memasuki pasar pada kuartal kedua tahun 2023, perawatan kulit X menjadi produk yang viral dan diminati masyarakat. Penelitian ini memperluas *purchase intention* menghasilkan topik perawatan kulit pada *brand X* yang jarang dilakukan oleh peneliti lain.

Kata kunci: *Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Trust, Purchase Intention, Skincare.*

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *E-LOYALTY* MELALUI *E-SATISFACTION* PADA PENGGUNA APLIKASI LAYANAN TRANSPORTASI *ONLINE X* DI JAKARTA

I Samuel Doctorian Tanujaya
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara
Samuel.115210279@stu.untar.ac.id

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi layanan transportasi *online X* di DKI Jakarta. Kajian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan dan kepercayaan pengguna dapat mendorong terbentuknya kesetiaan pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pengguna sebagai perantara dalam penggunaan layanan transportasi berbasis *digital*.

Desain dan Metodologi Penelitian: Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, yang didukung oleh pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden aktif pengguna aplikasi layanan transportasi *online X* di wilayah DKI Jakarta, serta dilengkapi dengan data yang dikumpulkan melalui *Google Scholar*. Analisis data dilakukan menggunakan teknik *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Rancangan model penelitian mengacu pada kerangka teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), di mana *e-service quality* dan *e-trust* berperan sebagai stimulus eksternal, *e-satisfaction* sebagai representasi kondisi internal (organisme), serta *e-loyalty* sebagai bentuk respons perilaku dari pengguna terhadap layanan yang diberikan.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* secara positif dan signifikan memengaruhi *e-satisfaction*. *E-satisfaction* juga terbukti berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*. Namun, ketika dilihat secara langsung, hanya *e-service quality* yang berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*, sedangkan *e-trust* tidak menunjukkan pengaruh langsung yang berarti. Dalam hubungan tidak langsung, *e-satisfaction* terbukti mampu menjadi perantara (mediasi) antara *e-trust* dan *e-loyalty*, tetapi tidak berfungsi sebagai mediasi antara *e-service quality* dan *e-loyalty*.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Salah satunya adalah cakupan wilayah dan teknik pengambilan sampel yang terbatas. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna aplikasi layanan transportasi *online X* yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta, dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hal ini membatasi generalisasi hasil penelitian karena sampel tidak mewakili seluruh pengguna aplikasi layanan transportasi *online X* di Indonesia dan hanya merefleksikan karakteristik responden di wilayah tertentu.

Implikasi Penelitian: Implikasi dari penelitian ini mencakup dua aspek, yaitu teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya dalam ruang lingkup perusahaan layanan transportasi online yang memiliki minat untuk meneliti *e-loyalty* yang dipengaruhi oleh *e-service quality* dan *e-trust*, dengan *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berguna sebagai rekomendasi bagi perusahaan dalam mengatasi permasalahan terkait *e-loyalty* konsumen, khususnya pada pengguna aplikasi layanan transportasi *online* di wilayah Jakarta.

Orisinalitas: Penelitian ini memiliki orisinalitas yang kuat karena mengkaji hubungan antara *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* yang dimediasi oleh *e-satisfaction* dalam konteks aplikasi *ride-hailing* transportasi *online* X di DKI Jakarta. Meskipun topik mengenai *e-loyalty* telah banyak diteliti sebelumnya, fokus pada aplikasi layanan transportasi *online* X sebagai objek studi masih tergolong terbatas, mengingat posisi transportasi *online* X yang berada di urutan ketiga dalam pasar layanan transportasi *online* di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* semata tidak mampu menjamin *e-loyalty*, sehingga diperlukan *e-trust* dan *e-satisfaction* sebagai faktor kunci dalam menciptakan *e-loyalty*.

Kata kunci: *E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction, E-Loyalty*

EVALUASI NIAT UNTUK TETAP MENGGUNAKAN QRIS PADA KALANGAN UMKM BERDASARKAN: TAM DAN TPB

Wimbi Yoas Hizkia¹, Wenefrida Noviandra K, S.E., M.Sc.IB. Ph.D.²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Atma Jaya Yogyakarta
wyoashizkia@gmail.com¹, mahestu.krisjanti@uajy.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat keberlanjutan penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM di Indonesia berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini juga mengeksplorasi peran sikap sebagai mediator dan kebijakan pemerintah sebagai variabel moderasi.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 266 pelaku UMKM yang telah menggunakan QRIS. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan luring, kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Partial Least Square* (SEM-PLS).

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan. *Perceived Usefulness* juga memiliki pengaruh langsung terhadap *Continuance Intention to Use*. Selain itu, *Perceived Usefulness* memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Sikap Terhadap Penggunaan. Sikap Terhadap Penggunaan berperan signifikan dalam mendorong keberlanjutan penggunaan QRIS, serta memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* dan Kepercayaan terhadap *Continuance Intention to Use*. Di sisi lain, Kebijakan Pemerintah tidak terbukti secara signifikan memoderasi pengaruh antara Sikap Terhadap Penggunaan dan *Continuance Intention to Use* QRIS.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini terbatas pada satu periode waktu dan wilayah tertentu serta tidak mengkaji variabel eksternal lainnya yang mungkin berpengaruh.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kebijakan dan strategi dalam mendorong adopsi QRIS oleh pelaku UMKM. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini dapat digunakan oleh penyedia layanan QRIS untuk memperkuat kepercayaan pengguna, meningkatkan kemudahan penggunaan, serta memperbaiki pengalaman pengguna. Pemerintah dapat merancang program edukasi digital untuk memperkuat keterampilan teknis UMKM.

Orisinalitas: Studi ini mengintegrasikan dua model, *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), serta mengeksplorasi peran kebijakan pemerintah sebagai variabel moderasi, yang memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam studi keberlanjutan penggunaan teknologi digital pembayaran oleh UMKM, meskipun kebijakan pemerintah tidak terbukti memoderasi hubungan tersebut.

Kata kunci: QRIS, UMKM, TAM, TPB, kebijakan pemerintah.

TOKENIZED CARBON SWAPS MODEL BERBASIS BIOCRYPTO MELALUI VOLUNTARY CARBON MARKET: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW DENGAN METODE PRISMA

Veronica T. Kusuma*¹
Sukmawati Sukamulja¹

¹Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
veronica.kusuma24@gmail.com sukmawati.sukamulya@uajy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk memetakan lanskap ilmiah terkini dan mengidentifikasi tren utama dalam literatur akademik terkait tokenisasi kredit karbon dalam *Voluntary Carbon Market* (VCM) menggunakan pendekatan *systematic literature review* (SLR) berbasis metode PRISMA. Selain itu, studi ini juga mengeksplorasi metode apa saja yang dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana implimentasi model tokenisasi *carbon swaps* berbasis biocrypto dalam VCM.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) berbasis PRISMA untuk memastikan seleksi literatur dilakukan secara sistematis dan transparan. Data dikumpulkan dari basis data terkemuka seperti Scopus dalam rentang 2020–2025, menghasilkan total 242 artikel yang terkait dengan tokenisasi dalam VCM. Setelah melalui tahap penyaringan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, jumlah artikel yang dianalisis direduksi menjadi 27 artikel utama yang memenuhi standar publikasi dalam jurnal bereputasi serta memiliki relevansi langsung dengan fokus penelitian ini, dimana 7 diantaranya adalah artikel tambahan dari sumber yang kredibel dan sesuai dengan kriteria seleksi. Watase UAKE digunakan dalam proses seleksi artikel untuk mengorganisir dan menerapkan protokol PRISMA, termasuk tahap *identification*, *screening*, *eligibility*, dan *inclusion* guna memastikan kualitas dan relevansi penelitian. Penghapusan duplikasi, pengecualian terhadap publikasi tanpa *peer-review*, serta penyaringan berdasarkan kelengkapan abstrak menjadi faktor utama dalam seleksi. Selain itu, analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer diterapkan untuk mengetahui keterkaitan kata kunci serta tren riset utama, membantu mengidentifikasi tren publikasi, intensitas kolaborasi ilmiah, serta peta konseptual topik yang berkaitan dengan tokenisasi karbon.

Temuan: Analisis metode penelitian menunjukkan bahwa studi terkait tokenisasi karbon dalam VCM menggunakan beragam pendekatan, termasuk *case study*, *systematic literature review*, *mixed methods*, serta pendekatan kuantitatif dan ekonometrik. Temuan ini mengungkap bahwa tokenisasi dalam blockchain memiliki peran krusial untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi perdagangan karbon, dengan mekanisme *immutable ledger* yang mampu mencegah manipulasi data serta memperkuat kepercayaan pasar. Namun, meskipun beberapa penelitian telah mengkaji tokenisasi karbon, model *tokenized carbon swaps* berbasis biocrypto belum dikembangkan, sehingga penelitian ini menawarkan inovasi yang lebih adaptif dan belum banyak dieksplorasi dalam literatur akademik, terutama dalam integrasi *smart contract* untuk meningkatkan likuiditas dan verifikasi lintas platform.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian bersifat *literature-based* dan tidak dilakukan pengujian langsung terhadap model tokenisasi karbon atau hipotesis, sehingga efektivitas model tidak bisa dievaluasi secara praktis dan empiris. Selain itu, analisis hanya dilakukan dalam rentang waktu 2020– 2025 untuk menjaga relevansi dan *novelty*, namun mengesampingkan studi fundamental terkait tokenisasi karbon yang diterbitkan pada periode waktu sebelumnya.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini berkontribusi pada pemetaan metodologi dalam analisis tokenisasi karbon berbasis biocrypto, memberikan landasan bagi studi lanjutan yang dapat mengembangkan pendekatan lebih empiris seperti analisis kuantitatif dan *mixed methods*, sehingga implementasi model dapat memberikan temuan yang nyata. Selain itu, penggunaan bibliometrik dengan VOSviewer membantu mengidentifikasi tren penelitian, pola kolaborasi ilmiah, serta kesenjangan riset yang perlu diisi di masa depan.

Orisinalitas: Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan menerapkan metodologi SLR berbasis PRISMA, dengan dukungan alat analisis Watase UAKE untuk penyaringan literatur dan VOSviewer untuk pemetaan bibliometrik, yang memastikan sistematisitas dan transparansi dalam proses seleksi serta analisis literatur. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi *research gap* dalam literatur yang berkaitan dengan implementasi model tokenisasi karbon serta implikasinya terhadap mekanisme pasar karbon global.

Kata kunci: *Tokenization, Carbon Credits, Blockchain, Voluntary Carbon Market, Systematic Literature Review.*

PERAN MEDIA SOSIAL DAN MANAJEMEN DALAM MENDORONG KESUKSESAN PARA TENANT MARKET IN VOL. 3

Dariele Nakia Putra Handoyo, Lydiawati Soelaiman
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara

ABSTRAK

Tujuan : Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemanfaatan media sosial dan dukungan manajemen *Market In* sebagai *event organizer* terhadap keberhasilan usaha para *tenant market in vol. 3* yang merupakan para influencer. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja bisnis *tenant* serta mendukung kesuksesan penyelenggaraan acara secara keseluruhan.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, deskriptif dan menggunakan *cross-sectional study*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*. Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 47 *tenant* di *Market In Vol 3*. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling*.

Temuan: Hasil analisis menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha tenant. Sebaliknya, dukungan manajemen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial yang tepat dapat memperluas jangkauan pelanggan, meningkatkan interaksi, dan memaksimalkan peluang pemasaran digital.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan variabel yang diteliti, yakni hanya memfokuskan pada pemanfaatan media sosial dan dukungan manajemen sebagai determinan keberhasilan usaha.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini berkontribusi dalam memperkuat pemahaman akan pentingnya pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan keberhasilan usaha *tenant*. Temuan ini memperlihatkan bahwa strategi media sosial yang efektif dapat memperluas jangkauan konsumen. Selain itu, temuan ini menemukan perlunya keterlibatan dukungan manajemen oleh penyelenggara event untuk membantu dukungan strategis keberhasilan *tenant*.

Orisinalitas: Keunikan penelitian ini terletak pada konteks spesifik acara *Market In Volume 3*, yang memiliki proporsi tenant dari kalangan influencer lebih tinggi dibandingkan event serupa. Meskipun pemanfaatan media sosial telah banyak diteliti sebelumnya, studi ini memperkaya literatur dengan mengeksplorasi pengaruh terbatas dari dukungan manajemen pada event dengan karakteristik tertentu.

Kata kunci: Media Sosial, Dukungan Manajemen, Keberhasilan Usaha, *influencer*.

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI APLIKASI MAMIKOS

Anindhita Dipa Renoati^{1*}; Elisabet Dita Septiari²

^{1,2}Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}

Email : Anindita100597@gmail.com¹; dita.septiari@uajy.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan : Menganalisis faktor penting seperti kemudahan penggunaan, kenyamanan, serta privasi yang dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi Mamikos. Penelitian ini didasari untuk mengisi kesenjangan literatur yang kebanyakan masih berfokus pada aplikasi akomodasi internasional seperti Airbnb.

Desain dan Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui purposive sampling yang melibatkan 368 responden. Data kemudian dikumpulkan melalui kuesioner skala likert 5 point yang disebarakan secara online. Teknik analisis data dilakukan dengan Structural Equation Modeling- Partial Least Square (PLS SEM) menggunakan software SmartPls 4.

Temuan: Menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan privasi secara signifikan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan kembali aplikasi Mamikos. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna akan menggunakan kembali aplikasi apabila mudah digunakan, efisien, dan juga menjamin keamanan data pribadi mereka.

Keterbatasan Penelitian: Memastikan bahwa penyebaran kuesioner dapat menjangkau responden dari berbagai wilayah di Indonesia, peneliti menggunakan bantuan lembaga survei online. Namun, penggunaan lembaga survei ini tetap memiliki keterbatasan, seperti potensi bias dalam pemilihan sampel maka untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menjalin kerja sama langsung dengan penyedia aplikasi dalam proses distribusi kuesioner.

Implikasi Penelitian: Penelitian ini memberikan bagi penyedia layanan Mamikos seperti perlu terus mengembangkan tampilan aplikasi yang sederhana dan juga responsif sehingga pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi lebih optimal, memperkuat atau menambah fitur-fitur mereka seperti pencarian kos yang cepat, dan mengintegrasikan lokasi kos ke dalam Google Map yang dapat mempermudah pengguna menuju kos yang dipilih sehingga meningkatkan kenyamanan pengguna.

Orisinalitas: Penelitian berfokus pada aplikasi akomodasi lokal yaitu Mamikos yang masih jarang dibahas dalam literatur akademik dibandingkan dengan aplikasi internasional seperti Airbnb sehingga dapat memberikan kontribusi pemahaman yang mendalam mengenai penggunaan aplikasi *sharing accommodation* di Indonesia.

Kata kunci: *kemudahan penggunaan, kenyamanan, privasi, niat menggunakan kembali, Mamikos*

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI

Ewagelion Iven^{1*}, Budi Suprpto²

Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹²

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, dan kepercayaan terhadap niat beli.

Desain dan Metodologi Penelitian: Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam format Google form kepada 250 responden di Yogyakarta. Responden tersebut adalah para pelanggan ritel yang melakukan pembelian untuk kebutuhan sehari hari. Ada 246 kuesioner yang bisa di proses untuk analisa statistik metode analisa structural equation- partial leas square model dengan aplikasi Smart PLS.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, citra merek dan kepercayaan berpengaruh terhadap niat beli.

Keterbatasan Penelitian: Keterbatasan penelitian meliputi cakupan sampel yang tidak dapat digeneralisasi

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kepercayaan, Niat Beli