



# JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSINESS

Vol. 1, No. 2, November 2024

Index by :

Google Scholar  **GARUDA**  
GARBA RUJUKAN DIGITAL

 Dimensions  **Crossref**

OPEN  ACCESS

## EDITORIAL TEAM

NOVEMBER 2024, VOLUME 1 NO 2

### **Editor in Chief (Ketua Penyunting)**

Dr. Ir. Paristiyanti Nurwardani, MP.

### **Managing Editor (Penyunting Pelaksana)**

Siti Nurbaiti, S.KM., M.Kes.

### **Editorial Board (Dewan Redaksi)**

Dessi Juwita, S.ST., M.Keb.

Riska Reviana, S.Tr.Keb., M.Keb.

Rizki Hallifah Ashari, S.ST., M.Kes.

Pratiwi Cahya Wardhani, S.ST., M.K.M.

Ns. Merri Silaban, S.Kep., M.Kep.

### **Reviewers (Mitra Bestari)**

Dr. Ir. H. M. Yahya Ahmad, MM., MA.Ed.

Dr. Ir. Hj. Endah Lisarini, S.E., M.M.

Dr. Ratih Anggraini

Sofa Yulandari, S.E., M.Ak.

Drs. H. Memet Slamet, M.M.

### **Address (Alamat Redaksi)**

Universitas Bhakti Asih Tangerang

Jl. Raden Fatah No.62

Kota Tangerang

[lppm@univbhaktiasih.ac.id](mailto:lppm@univbhaktiasih.ac.id)

## CONTENTS (DAFTAR ISI)

1. **Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kesempatan Investasi dan Arus Kas Bebas Terhadap Hutang Perusahaan (Penelitian Literature Review Manajemen Keuangan** 42 - 47  
(Nursupian Nursupian, Ramlin Ahmad)
2. **Praktik Pinjaman Bank Keliling dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Ditinjau Dari Perspektif Hukum Bisnis** 48 - 52  
(Nursupian Nursupian, Ramlin Ahmad)
3. **Peran Ekonomi Kreatif Mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045** 53 - 61  
(Irfan Handoko)
4. **Pengaruh Promosi Online Dan Biaya Kuliah Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Institusi Pendidikan Tinggi Swasta (Literature Review Manajemen Pemasaran)** 62 - 70  
(Rahmat Lahangi)
5. **Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan:Kajian Ringkas Sejumlah Karya Ilmiah** 71 - 77  
(Hendra Suryanto, Ridwan Maulana Nugraha)

## **PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, KESEMPATAN INVESTASI DAN ARUS KAS BEBAS TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG PERUSAHAAN (PENELITIAN *LITERATURE REVIEW* MANAJEMEN KEUANGAN)**

NURSUPIAN NURSUPIAN dan IRFAN ILMI

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Bhakti Asih Tangerang  
Jl. Raden Fatah No.62, Kota Tangerang, Banten, Indonesia.  
Email: [nursupian22@gmail.com](mailto:nursupian22@gmail.com)

**Sari** – Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ilmiah atau relevan bertujuan untuk mengembangkan teori dan bukti tentang hubungan atau pengaruh antar variabel. Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis beberapa variabel yang berhubungan dengan kebijakan hutang. Hasil artikel literature review ini adalah pertumbuhan perusahaan terhadap kebijakan hutang, kesempatan investasi berpengaruh terhadap kebijakan hutang dan arus kas bebas berpengaruh terhadap kebijakan hutang.

**Kata kunci:** Pertumbuhan Perusahaan, Kesempatan Investasi, Arus Kas Bebas

**Abstract** - Previous research is research related to scientific or relevant research aimed at developing theories and evidence about the relationship or influence between variables. The purpose of writing this article is to analyze several variables related to debt policy. The results of this literature review article are that company growth influences debt policy, investment opportunities influence debt policy and free cash flow influences debt policy.

**Keywords:** Company Growth, Investment Opportunities, Free Cash Flow

### **1. PENDAHULUAN**

Di dunia saat ini, lingkungan bisnis yang kompetitif menimbulkan tantangan dan peluang bagi perusahaan tergantung pada kekuatan dan kelemahannya. Setiap perusahaan mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda dalam kegiatan dan pengelolaan usahanya terutama dalam hal pembiayaan, agar kegiatan pengelolaan perusahaan dapat tercapai sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Perusahaan perlu mencari pembiayaan yang terbaik, yang dapat diperoleh dari sumber internal seperti laba ditahan operasi, atau dari sumber eksternal seperti dana tambahan yang diperlukan untuk pengembangan usaha. Sumber eksternal tersebut dapat berupa uang tunai, jangka pendek atau jangka panjang, atau dengan mengeluarkan uang kepada masyarakat melalui pasar modal yang dikenal dengan istilah penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) (Rahmawati et al., 2024).

Perusahaan membutuhkan pendanaan untuk menjalankan operasionalnya, perusahaan memerlukan pendanaan baik dari internal (pendapatan) maupun eksternal (hutang dan pemilik). Keputusan pendanaan hutang harus dipertimbangkan secara hati-hati dengan bunga pinjaman, yang dapat mengakibatkan keuntungan yang lebih rendah dan peningkatan risiko keuangan. Penggunaan utang akan meningkatkan risiko bagi perusahaan, namun akan meningkatkan nilai perusahaan dengan memilih sumber pembiayaan yang tepat, perusahaan dapat menekan biaya dan menghindari kerugian. (Wisnugroho et al., 2023).

Suatu perusahaan dapat berisiko jika mempunyai banyak hutang dalam struktur modalnya, namun sebaliknya jika perusahaan menggunakan sedikit atau tidak ada hutang maka

perusahaan dapat menggunakan modal eksternal lain yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Salah satu keputusan terpenting yang dihadapi oleh manajer keuangan sehubungan dengan kelangsungan operasional perusahaan adalah keputusan keuangan. Keputusan keuangan yang disebut dengan kebijakan hutang ini diambil untuk meningkatkan arus kas perusahaan dan digunakan untuk membayar kebutuhan operasional perusahaan. Kredit mempunyai dampak yang sangat besar bagi perusahaan sebagai sumber pembiayaan pendanaan ekspansi (Alfian et al., 2023). Kebijakan hutang merupakan salah satu aspek terpenting dalam pengambilan keputusan eksternal bagi suatu perusahaan. Tindakan ini dilakukan untuk meningkatkan sumber keuangan perusahaan guna memenuhi kebutuhan operasionalnya. Penggunaan hutang dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap usaha karena tidak hanya sebagai sumber pembiayaan ekspansi tetapi juga berpotensi mengurangi konflik usaha (I. Rahmawati et al., 2024).

Kebijakan hutang atau pendanaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu faktor yang mempengaruhi kebijakan hutang adalah pertumbuhan perusahaan yang mengacu pada perubahan positif atau negatif dalam total aset perusahaan. Aset perusahaan meliputi sumber daya yang digunakan untuk menjalankan operasional dan diharapkan dapat meningkatkan hasil operasional perusahaan untuk memperkuat kepercayaan pihak eksternal (Zein Saputra et al., 2023).

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kebijakan hutang adalah kesempatan investasi yang dapat mempengaruhi pertumbuhan aset perusahaan. Ketika dana internal mencukupi, perusahaan mengurangi penggunaan utang. Namun jika IOS rendah menunjukkan perusahaan tidak berkembang dan sumber daya internal rendah karena rendahnya produktivitas perusahaan. Pilihan pembiayaan terbaik dalam situasi ini adalah utang karena lebih aman dibandingkan menerbitkan saham (Y. Rahmawati, 2024).

Selain pertumbuhan perusahaan dan kesempatan investasi faktor lainnya yang mempengaruhi kebijakan hutang adalah arus kas bebas merupakan gambaran perusahaan mengenai arus kas yang dibayarkan kepada investor (pemegang saham atau kreditor) setelah perusahaan melakukan investasi pada aktiva tetap, produk baru, dan modal masa depan. arus kas bebas, didefinisikan sebagai laba operasional setelah pajak dikurangi jumlah investasi dalam modal kerja dan aset tetap yang diperlukan untuk mempertahankan bisnis (Nursupian, 2021).

Kinerja keuangan menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola perusahaan yang ditunjukkan dalam laporan keuangan. Pelaporan keuangan merupakan alat pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan dan membantu pemangku kepentingan seperti manajemen, pemegang saham, otoritas, kreditor dan pihak lain dalam mengambil keputusan bagi perusahaan. Artikel ini menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan, kesempatan investasi dan arus kas bebas terhadap kebijakan hutang pada perusahaan.

## **2. DATA DAN METODOLOGI**

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah metode kualitatif dan penelitian kepustakaan serta studi literature atau Library Research. Konsep penelitian dan hubungan atau pengaruh antar variabel dari buku dan jurnal, offline di perpustakaan dan online diperoleh dari

Mendeley, Google Scholar dan media online lainnya. Dalam penelitian kualitatif, tinjauan literatur harus digunakan berdasarkan pertimbangan metodologis. Artinya sebaiknya digunakan panduan agar peneliti tidak menanyakan pertanyaan secara langsung.

Salah satu alasan utama dilakukannya penelitian kualitatif adalah karena penelitian tersebut bersifat eksploratif (Inayah, 2022). Sehubungan dengan beberapa kajian teori dari penelitian sebelumnya dalam mempermudah identifikasi hubungan atau pengaruh antar variabel atas beberapa penelitian yang relevan. Penelitian terdahulu yang relevan pada (Tabel 1).

**Tabel 1** Penelitian terdahulu yang relavan.

No.	Author (tahun)	Hasil riset terdahulu	Persamaan dengan artikel	Perbedaan dengan artikel
1	(Cahyasari, 2022)	Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang	Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang	Penggunaan variabel lain selain variabel Pertumbuhan Perusahaan dan Kebijakan Hutang
2	(Y. Rahmawati, 2024)	Pertumbuhan Perusahaan dan Kesempatan Investasi berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang	Pertumbuhan Perusahaan dan Kesempatan Investasi berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang	Penggunaan variabel lain selain variabel Pertumbuhan Perusahaan, Kesempatan Investasi dan Kebijakan Hutang
3	(Meliala et al., 2024)	Arus Kas Bebas berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang	Arus Kas Bebas berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang	Penggunaan variabel lain selain variabel Arus Kas Bebas dan Kebijakan Hutang
4	(Nursupian, 2021)	Arus Kas Bebas berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang	Arus Kas Bebas berpengaruh terhadap Kebijakan Hutang	Penggunaan variabel lain selain variabel Arus Kas Bebas, Kesempatan Investasi dan Kebijakan Hutang

Sumber : Google Scholar

### 3. HASIL PENELITIAN

#### **Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang**

Penelitian (Y. Rahmawati, 2024) dan (Cahyasari, 2022) menyatakan bahwa semakin berkembangnya perusahaan maka semakin banyak pula perusahaan menggunakan hutang. Perusahaan yang sedang berkembang maka akan membutuhkan lebih banyak modal, sehingga perusahaan membutuhkan pendanaan. Menurut *pecking order theory* dimana perusahaan terutama berfokus pada pendanaan internal, namun jika pendanaan internal tidak tersedia maka pendanaan eksternal adalah alternatif pertama dengan menggunakan hutang sebagai pendanaan.

#### **Pengaruh Kesempatan Investasi Terhadap Kebijakan Hutang**

Penelitian (Y. Rahmawati, 2024) menyatakan bahwa Ketika peluang investasi (IOS)

perusahaan tinggi, maka penggunaan utang perusahaan juga tinggi. Menurut *pecking order theory*, menyatakan bahwa perusahaan memilih sumber daya keuangan berdasarkan risiko. Perusahaan lebih memilih pendanaan internal dibandingkan pendanaan eksternal. Apabila dana internal perusahaan tidak mencukupi, maka perusahaan mungkin akan lebih memilih membiayai dengan menerbitkan hutang dibandingkan menerbitkan saham baru. Sebab, biaya penerbitan saham baru lebih tinggi dibandingkan biaya penerbitan utang. Oleh karena itu, semakin besar investment opportunity set (IOS) pada suatu perusahaan maka semakin besar peluang untuk penggunaan hutang.

#### **Pengaruh Arus Kas Bebas Terhadap Kebijakan Hutang**

Penelitian (Nursupian, 2021) dan (Meliala et al., 2024) menyatakan bahwa arus kas bebas merupakan uang yang dapat dibagikan kepada kreditor atau pemegang saham yang tidak diperlukan untuk modal kerja atau investasi pada aktiva, dengan kata lain semakin tinggi kas bebas maka kebijakan hutang akan semakin rendah karena arus kas bebas untuk membiayai investasi dan operasi tanpa menggunakan hutang dalam jumlah besar.

#### **4. PEMBAHASAN**

Kebijakan hutang merupakan salah satu kebijakan keuangan perusahaan yang digunakan untuk membiayai operasional. Penggunaan utang dilakukan pada saat perusahaan membutuhkan lebih banyak atau pada saat perusahaan sedang menghadapi situasi sulit, sehingga menggunakan utang untuk menutup defisit beban operasional perusahaan. Dalam suatu perusahaan terdapat banyak pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda yaitu pemegang saham, kreditor (debitur) dan manajemen. Menggabungkan kebutuhan banyak kelompok, banyak permasalahan di sektor keuangan dibahas melalui teori agensi (Vroselynez Adnin, 2021).

Pertumbuhan perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan perekonomian dan industri di perekonomian tempat perusahaan beroperasi. Indikator untuk mengukur tingkat pertumbuhan perusahaan dapat dilihat misalnya dari pertumbuhan penjualan, laba bersih setelah dipotong pajak, laba per saham, dan lain-lain. Harga, yang merupakan nilai yang diharapkan dari manfaat berikut. Pemegang saham lebih merespons perusahaan dengan potensi pertumbuhan yang kuat. Hal ini terjadi karena perusahaan yang berkembang pesat akan memberikan keuntungan yang besar bagi investor di masa depan (Cahyasari, 2022).

Perusahaan dengan peluang investasi yang meningkat cenderung menggunakan lebih banyak utang. Adanya peluang investasi yang besar dimanfaatkan oleh perusahaan, namun perusahaan memerlukan sumber daya finansial yang besar untuk memanfaatkan peluang investasi tersebut (Y. Rahmawati, 2024).

Arus kas bebas merupakan gambaran perusahaan mengenai arus kas yang sebenarnya tersedia untuk membayar investor (pemegang saham atau pemegang utang) setelah perusahaan melakukan investasi pada aktiva tetap, laba baru, dan modal kerja yang diperlukan untuk mempertahankan operasi saat ini. Faktanya, nilai bisnis suatu perusahaan bergantung pada arus kas bebas di masa depan, yang didefinisikan sebagai pendapatan operasional setelah pajak dikurangi jumlah yang diinvestasikan dalam modal kerja dan aset tetap yang diperlukan untuk mempertahankan bisnis. Oleh karena itu, arus kas bebas mewakili uang tunai yang tersedia untuk didistribusikan kepada investor (Nursupian,



2021).

## 5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari kajian literature ini adalah bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kebijakan hutang pada perusahaan diantaranya adalah, pertumbuhan perusahaan, kesempatan investasi dan arus kas bebas. Kajian literature ini merupakan salah satu cara dalam melakukan penulisan karya ilmiah yang dapat digunakan sebagai rencana penyusunan lebih lanjut terkait penelitian kebijakan hutang pada perusahaan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada sivitas akademik Universitas Bhakti Asih Tangerang yang telah memberikan kesempatan dan membantu dalam penyusunan penulisan karya ilmiah ini.

## PUSTAKA

- Alfian, I., Ramelan, R., Kurniawan, A. W., & Hadiansa, I. W. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 2(2), 80–87. <https://ojs.unm.ac.id/manajemen>
- Cahyasari, D. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan Insider Ownership, Firm Growth, Firm Size Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Manufaktur Go Public Di Indonesia. *Jurnal British*, 3(1), 1–13.
- Inayah, Z. (2022). Analisis Struktur Modal, Profitabilitas Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Penelitian Literatur Review Manajemen Keuangan). *JIMPS Journal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 788–795. <https://dinastirev.org/JMPIS>
- Meliala, K. T. B., Damanik, D. P. P., Sembiring, Y. N., & Ginting, M. C. (2024). Pengaruh Free Cash Flow Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Journal Accounting International Mount Hope JAIMO*, 2(1), 81–88. <https://www.journal.bukitpengharapan.ac.id/index.php/JAIMO/article/view/237>
- Nursupian. (2021). Pengaruh Free Cash Flow Dan Investment Opportunity Set Terhadap Dividend Policy Dengan Debt Policy Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Islamic Business Management Studies*, 2(1), 61–74. <https://jurnal.idaqu.ac.id/index.php/jibms/article/view/183>
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., Miskiyah, Z., Fakultas, P. M., Universitas, E., & Hasbullah, K. A. W. (2024). Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Kebijakan Hutang pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Financial And Tax*, 4(1).
- Rahmawati, Y. (2024). Pengaruh Struktur Aset, Firm Growth Dan Investment Opportunity Set (IOS) Terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan Sektor Kosmetik Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. *Jubisma*, 6(1), 25–31. <https://jubisma.unipem.ac.id/index.php/jubisma/article/view/136>
- Vroselynez Adnin, M. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4068>
- Wisnugroho, Rahayu, S., & Handriani, E. (2023). Pengaruh Risiko Bisnis, Likuiditas,



Struktur Aset, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 4(2), 1–20. <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>

Zein Saputra, M., Listiorini, & Novietta, L. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Kebijakan Hutang pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 25269–25277. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10629>

## PRAKTIK PINJAMAN BANK KELILING DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM BISNIS

NURSUPIAN NURSUPIAN<sup>1</sup> dan RAMLIN AHMAD<sup>2</sup>

1. Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Bhakti Asih Tangerang  
Jl. Raden Fatah No.62, Kota Tangerang, Banten, Indonesia.  
Email: [nursupian22@gmail.com](mailto:nursupian22@gmail.com)
2. Program Studi Hukum, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Bhakti Asih. Jl. Raden Fatah No.62, Kota  
Tangerang, Banten, Indonesia.

**Sari** – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui praktik pinjaman bank keliling dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat ditinjau dari perspektif hukum bisnis. Di kalangan masyarakat kelas ekonomi menengah kebawah, bank keliling ini cukup populer karena mereka memberikan jasa pinjaman yang mudah serta prosesnya yang cepat. Penelitian ini memuat pembahasan tentang bagaimana praktik pinjaman bank keliling dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan masyarakat Kecamatan Ciledug Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik wawancara dan observasi/pengamatan secara langsung di lokasi penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, beberapa masyarakat yang terjerat oleh bank keliling ini. Banyak permasalahan yang muncul, mulai dari pendapatan yang menurun, usaha bangkrut, kelilit hutang dan rusaknya hubungan keluarga dan hubungan sosial.

**Kata kunci:** Praktik Pinjaman Bank Keliling, Peningkatan Pendapatan Masyarakat, Hukum Bisnis

**Abstract** - This research aims to analyze and determine mobile bank lending practices and their impact on people's income from a business law perspective. Among the lower middle economic class, these mobile banks are quite popular because they provide easy loan services and the process is fast. This research contains a discussion of how the practice of mobile bank loans can influence the increase in income of the people of Ciledug District, Tangerang City. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data was collected using interview techniques and direct observation/observation at the research location. Based on the results of research conducted, several people are trapped by these mobile banks. Many problems arise, starting from decreasing income, bankrupt businesses, being overwhelmed by debt and damage to family and social relationships.

**Keywords:** Mobile Bank Lending Practices, Increasing Community Income, Business Law

### 1. PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi merupakan salah satu permasalahan pada umumnya di alami oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Manusia mempunyai banyak keinginan serta kebutuhan untuk memenuhi kehidupan nya. Kebutuhan manusia sangat beragam serta selalu mengalami dinamika perubahan setiap waktu. Situasi ini dapat dipengaruhi oleh karakter individu terutama manusia yang selalu merasa tidak puas dengan apa yang sudah di milikinya. Pandangan hidup manusia dalam mencapai keseimbangan lingkungan hidup internal maupun eksternal nya untuk dapat menyesuaikan dan mengatur masing-masing individu terhadap dinamika perubahan tersebut (Larasati & Setiawan, 2022).

Pada umumnya, masyarakat dalam upaya meningkatkan kebutuhan hidup serta ekonomi melakukan kegiatan menjadi seorang pekerja, petani maupun pedagang. Akan tetapi dalam melaksanakan kegiatan tersebut seringkali semua tidak dapat berjalan sesuai keinginan nya dalam upaya meningkatkan ekonomi atau penghasilan seperti salah satunya menjadi pedagang yang mengalami permasalahan dalam segi permodalan. Lembaga penyedia dana pemberian modal pinjaman sangat di butuhkan oleh para masyarakat terutama pedagang

dalam hal pemenuhan kecukupan modal. Fenomena ini banyak berbagai jenis lembaga penyedia dana mulai dari perusahaan pemerintah maupun swasta, bahkan lembaga non bank seperti yang dikenal masyarakat saat ini adalah bank keliling (Roisiyatin & Apriliani, 2022).

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat pada umumnya terutama masyarakat pedesaan yaitu kriteria-kriteria dalam mengajukan pinjaman terkait prosedur yang harus dilakukan agar mendapat akses pinjaman sehingga hal ini mempengaruhi masyarakat pedesaan yang kesulitan dalam melakukan pemenuhan prosedur pengajuan pinjaman. Fenomena ini yang menjadi landasan masyarakat untuk melakukan pinjaman ke lembaga non bank yang disebut dengan bank keliling karena akses dan kemudahan dalam melakukan pinjaman (Santosa, 2024). Mekanisme yang digunakan bank keliling sangat memudahkan masyarakat untuk mengakses pengajuan pinjaman dan sistem angsuran yang mudah dengan sistem pembayaran harian bahkan mingguan. Selain itu juga bank keliling dapat mempengaruhi kehidupan yang tidak baik kepada masyarakat sehingga dapat merubah perilaku hidup masyarakat bahkan menjadikan kebiasaan berhutang sebagai solusi dalam permasalahan hidup (Wahidah & Ritonga, 2023).

Bank keliling adalah lembaga sejenis bank yang memberikan layanan peminjaman kepada masyarakat dengan mengunjungi nasabah secara langsung atau bepergian. Proses pinjaman di bank keliling sangat mudah dan hanya membutuhkan KTP saja. Kemudahan ini membuat masyarakat menggunakan bank keliling sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat yang menggunakan layanan bank keliling biasanya adalah mereka yang memiliki tingkat ekonomi kelas menengah ke bawah dan tingkat pengetahuan yang relatif rendah. Mereka mengambil pinjaman dari banyak bank tanpa mempertimbangkan kemampuan pembayarannya. Mayoritas nasabah bank keliling adalah ibu-ibu rumah tangga yang tidak memiliki penghasilan dan menggantungkan hidupnya dari penghasilan suami. Mereka biasanya meminjam di bank keliling tanpa memberitahu suaminya karena merasa uang yang diberikan suaminya tidak cukup untuk memenuhi anggaran rumah tangga dan kebutuhannya sendiri. Bank keliling telah menimbulkan berbagai permasalahan di masyarakat, misalnya saja banyak masyarakat yang terjerumus dalam keadaan terbebani hutang sehingga harus menggali atau menutup lubang (Santosa, 2024).

Pada masyarakat Kecamatan Ciledug Kota Tangerang, peneliti mendapatkan informasi terkait masyarakat sekitar menggunakan jasa bank keliling dikarenakan adanya faktor gaya hidup dan dorongan atau desakan dalam kebutuhan hidup yang tinggi, sehingga artikel ini berupaya untuk mengkaji lebih dalam praktik pinjaman bank keliling dan dampaknya terhadap masyarakat ditinjau dalam perspektif hukum bisnis.

## **2. DATA DAN METODOLOGI**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui praktik pinjaman bank keliling dan dampaknya kepada masyarakat yang ditinjau dari perspektif hukum bisnis dilakukan di Kecamatan Ciledug Kota Tangerang. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif, sehingga jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder yang digunakan berupa referensi dari berbagai sumber data seperti buku, artikel dan jurnal. Teknik analisis data yang digunakan berupa redaksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan hasil penelitian.

### 3. HASIL PENELITIAN

#### Dampak Masyarakat Dari Praktik Pinjaman Bank Keliling

Dalam praktik pinjaman bank keliling yang dilakukan yaitu dengan cara petugas bank keliling mengunjungi rumah masyarakat dan menawarkan pinjaman dengan sistem pembayaran harian dengan jangka waktu 1 sampai 6 bulan dengan plafon pinjaman mulai Rp. 100.000 sampai dengan Rp. 1.000.000. Dalam kegiatan penawaran pinjaman petugas bank keliling berfokus menawarkan kepada ibu rumah tangga. Proses dana yang dilakukan oleh bank keliling dengan meminta persyaratan KTP, serta pinjaman dana dapat direalisasikan tanpa harus persetujuan izin dari suami atau tanpa sepengetahuan suami.

Bank keliling memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan syarat yang sangat ringan, sehingga menjadi daya Tarik bagi nasabah yang meminjam. Fenomena yang terjadi niat dari bank keliling adalah mencari keuntungan sebanyak-banyak nya dari nasabah yang dipinjamkan bahkan dengan bunga yang begitu besar dengan kisaran 20-30% per bulan. Hal ini yang berdampak bagi masyarakat yang tidak memberikan solusi akan tetapi menjadi beban psikis serta beban pikiran karena dengan jumlah pengembalian yang begitu besar.

Berdasarkan penelitian dilapangan pada umumnya masyarakat melakukan pinjaman di bank keliling untuk tambahan modal dengan harapan usaha dapat meningkat dan berkembang, akan tetapi dengan jumlah pinjaman yang tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pengembangan usaha dan bunga yang ditawarkan begitu besar, sehingga tidak dapat dimaksimalkan oleh masyarakat dengan baik bahkan modal atau pendapatan berkurang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari hal ini berdampak pada beban psikis dan beban pikiran masyarakat.

Berikut data yang ditemukan penelitian di lapangan yang berkaitan dengan praktik pinjaman bank keliling dan dampaknya pada pendapatan masyarakat, pada **Tabel 1**.

**Tabel 1.** Praktik Pinjaman Bank Keliling.

No	Nama	Alasan Meminjam	Pendapatan Sebelum Menjadi Kreditur (Bulan)	Pendapatan Sesudah Menjadi Kreditur (Bulan)	Keterangan
1	Ibu Endang	Untuk membayar hutang	Rp. 650.000	Rp. 400.000	Pendapatan menurun
2	Ibu Sarnah	Modal berjualan gorengan	Rp. 800.000	Rp. 720.000	Pendapatan menurun
3	Ibu Adah	Modal berjualan nasi uduk	Rp. 1.500.000	Rp. 1.200.000	Pendapatan menurun
4	Ibu sumirnah	Modal berjualan sayuran	Rp. 1.800.000	Rp. 1.300.000	Pendapatan menurun
5	Ibu Marni	Kebutuhan anak sekolah mendesak	Rp. 930.000	Rp. 880.000	Pendapatan menurun
6	Ibu Rita	Modal warung kelontong	Rp. 1.800.000	Rp. 1.390.000	Pendapatan menurun
7	Ibu Ega	Modal berjualan seblak dan sosis	Rp. 1.400.000	Rp. 1.100.000	Pendapatan menurun

Sumber : Hasil Wawancara Sampel.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa praktik pinjaman bank keliling berdampak pada tingkat pendapatan, hal ini karena disebabkan angsuran yang harus dibayarkan oleh nasabah kepada bank keliling dilakukan setiap hari dan dengan jumlah bunga yang besar sehingga nasabah sulit dalam mengelola keuangan nya dan berdampak pada pendapatan nasabah.

### **Praktik Pinjaman Bank Keliling berdasarkan Perspektif Hukum**

Dari uraian diatas praktik bank keliling menyebar di beberapa daerah seluruh Indonesia khususnya daerah ciledug. Faktanya ada beberapa kategori bank keliling, mulai bank *plecit*, *thitil* dan bank *cuil*. Sebutan umum dikalangan Masyarakat terhadap bank keliling ini disebut koperasi berdasarkan jenis transaksi yang dilakukan atau biasa kita kenal dengan istilah *tenor* karena dipilih nasabah sehingga akan ditulis secara berurutan dalam sebuah kertas.

Secara administratif bank keliling masuk kategori Lembaga informal karena tidak diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tidak mengumpulkan dana masyarakat melainkan hanya memberikan pinjaman atau pembiayaan. Dalam perspektif hukum bisnis sendiri, bank keliling diatur berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdata dengan perjanjian harus memenuhi empat syarat : (1) Kesepakatan yang mengikatkan suatu pihak, (2) Mengenai suatu hal tertentu, (3) Kecakapan para pihak dalam membuat perjanjian, (4) Suatu sebab yang halal. Sedangkan dalam perspektif hukum ekonomi syariah bank keliling sangat bertentangan dengan ajaran islam dikarenakan ada unsur riba nasiah. Sedangkan dalam pasal 46 ayat 1 *juncto* pasal 16 ayat 1 UU perbankan disebutkan juga bank keliling ini sebagai bank gelap karena menghimpun dana Masyarakat tanpa izin Bank Indonesia (BI).

Problematika yang terjadi di masyarakat ketika meminjam bank keliling adalah tingginya suku bunga dan biaya administrasi diterapkan terhadap pinjaman. Oleh karena itu uang pinjaman tidak sesuai dengan yang diterima karena dipotong biaya administrasi. Dilain lain sisi uang yang dikembalikan lebih besar karena suku bunganya terbilang tinggi. Permasalahan antara nasabah dan bank keliling dengan status legalitasnya tidak diakui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI) membuat status hukumnya abu-abu terutama pihak nasabah karena tidak memiliki perlindungan hukum yang jelas.

### **4. PEMBAHASAN**

Bank keliling merupakan Lembaga keuangan informal tidak diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang pada kegiatan operasional nya melayani masyarakat local terutama ibu rumah tangga. Pada kegiatan operasional bank keliling mengunjungi nasabah secara langsung kerumah masyarakat dan menawarkan pinjaman. Petugas bank keliling biasanya menggunakan kendaraan bermotor dan mengunjungi lokasi dengan lalu lintas tinggi. Masyarakat pada umumnya lebih memilih bank informal, atau bank keliling, dibandingkan bank formal, hal ini disebabkan karena mereka tidak puas dengan persyaratan yang sangat ribet untuk mendapatkan pinjaman jika melakukan pinjaman ke bank formal. Pada umumnya masyarakat golongan bawah dan menengah yang pekerjaannya tidak terjamin dan tidak mempunyai jaminan pinjaman yang merupakan syarat utama agunan. Oleh karena itu, masyarakat lebih memilih bank informal dan bank keliling karena mudah diakses dan proses pinjaman serta pencairan dana yang cepat.

Modal usaha merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan menjalankan kegiatan usaha, karena keterbatasan modal dapat membatasi ruang lingkup kegiatan pelaku ekonomi. Kendala yang umumnya dihadapi oleh pelaku ekonomi antara lain kurangnya modal, kurangnya kemampuan manajerial dan bisnis, serta terbatasnya pemasaran. Persaingan yang tidak sehat dan tekanan finansial juga menjadi faktor yang menghambat perkembangan suatu perusahaan. Permasalahan permodalan masih menjadi permasalahan penting bagi para pelaku ekonomi dalam upaya pengembangan usahanya. Salah satu kendala yang sering dihadapi para pelaku ekonomi adalah keterbatasan modal usaha. Pelaku usaha seringkali menghadapi kesulitan dalam memperoleh dana yang cukup untuk mengembangkan atau memulai usaha.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan pemaparan temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan bank keliling telah menimbulkan dampak buruk dalam peningkatan pendapatan dan perilaku masyarakat Kecamatan Ciledug Kota Tangerang, seperti mereka yang menjadi peminjam bank keliling tidak meminta izin kepada suaminya serta penghasilan setiap bulan nya mengalami penurunan karena masyarakat tidak dapat mengelola keuangan nya dengan baik, sehingga hal ini menimbulkan permasalahan dalam kehidupan masyarakat. Dalam situasi krisis, bank keliling membantu memenuhi kebutuhan masyarakat, namun jika masyarakat berperilaku buruk terhadap peminjaman di bank keliling, maka akan menimbulkan rasa ketergantungan terhadap keberadaan bank keliling. Oleh karena itu, diperlukan kebijaksanaan masyarakat dalam menyelesaikan hutang dan piutang pada bank keliling agar terhindar dari praktik-praktik yang perilaku yang tidak sehat.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terimakasih kepada masyarakat Kecamatan Ciledug Kota Tangerang yang telah membantu dan memberikan informasi dalam penyelesaian penelitian ini.

## **PUSTAKA**

- Larasati, & Setiawan, R. (2022). Perilaku Meminjam Masyarakat Pengguna Jasa Bank Keliling. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2(6), 10810–10817. <https://Jptam.Org/Index.Php/Jptam/Article/View/4143>
- Roisiyatin, & Apriliani, D. (2022). Pengaruh Dana Pinjaman Bank Keliling Terhadap Kesejahteraan (Studi Kasus Masyarakat Desa Leuwisadeng Bogor). *Journal Of Islamic Economics*, 1(2), 1–4. <http://Jurnal.Iuqibogor.Ac.Id>
- Santosa, O. (2024). Central Publisher Analisis Dampak Bank Keliling Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Ditinjau Dari Ekonomi Islam. *Central Publisher*, 8(1), 878–887. <http://Centralpublisher.Co.Id>
- Wahidah, H. G., & Ritonga, M. (2023). Dampak Maraknya Bank Keliling ( Bank Emok ) Di Kalangan Masyarakat Bungursari Kota Tasikmalaya. *Jci Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(5), 2047–2054. <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>



## PERAN EKONOMI KREATIF MEWUJUDKAN VISI INDONESIA EMAS 2045

IRFAN HANDOKO

Program Studi Bisnis Kreatif, Politeknik Yusuf Mansur  
Jl. HOS Cokroaminoto, Kota Tangerang, Banten. Indonesia  
Email: [handokoirfan@gmail.com](mailto:handokoirfan@gmail.com)

**Sari** – Kemunculan konsep ekonomi kreatif sebagai alternatif dari kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Sektor ini dapat menjadi harapan bagi Indonesia untuk bangkit dan bersaing dengan mengoptimalkan kolaborasi antara keunggulan dan kreativitas budaya yang dimiliki. Tulisan ini mengangkat peranan ekonomi kreatif dalam mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045 bertepatan dengan 100 tahun kemerdekaan Indonesia. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi fenomena terkait. Ekonomi kreatif dapat diandalkan menjadi sektor alternatif bagi perekonomian sehingga perlu dimaksimalkan dengan kolaborasi aktif berbagai pelaku ekonomi kreatif. Pemerintah berperan sebagai regulator yang menyediakan berbagai kebutuhan bagi industri, pelaku usaha senantiasa meningkatkan kualitas dan keunggulan produk yang ditawarkan, serta masyarakat yang meegang peranan penting untuk mengapresiasi dan mendukung ekonomi kreatif dengan senantiasa mengkonsumsi produk-produk ekonomi kreatif Indonesia.

**Kata kunci:** Ekonomi Kreatif, Kolaborasi, Indonesia Emas 2045, HAKI

**Abstract** - *The emergence of the creative economy concept as an alternative to the increasingly diverse needs of society. This sector can be a hope for Indonesia to rise and compete by optimizing collaboration between its cultural excellence and creativity. This article highlights the role of the creative economy in the Golden Indonesia Vision 2045 to coincide with 100 years of Indonesian independence. A qualitative descriptive approach is used to explore related phenomena. The creative economy can be relied on to be an alternative sector for the economy so it needs to be maximized with active collaboration with various creative economy actors. The government plays a role as a regulator that provides various needs for industry, business actors always improve the quality and superiority of the products they offer, and the public plays an important role in appreciating and supporting the creative economy by continuing to consume Indonesian creative economy products.*

**Keywords:** *Creative Economy, Collaboration, Golden Indonesia 2045, IPR*

### 1. PENDAHULUAN

Bertepatan dengan 100 tahun kemerdekaan Indonesia, tahun 2045 merupakan tahun yang tepat untuk merefleksikan perjalanan Negara Indonesia. Apakah Indonesia menjadi negara yang maju, atau justru menjadi negara gagal. Hal ini tentu hanya bisa dijawab melalui beberapa indikator yang diimpikan oleh para pendiri bangsa melalui Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 seringkali diperdengarkan ketika upacara bendera.

Salah satu impian para pendiri bangsa adalah mewujudkan Indonesia sebagai negara yang dapat memajukan kesejahteraan rakyatnya. Hari telah berganti, pucuk pimpinan eksekutif pun sudah banyak mengalami perubahan. Saat ini menjelang 79 tahun Indonesia merdeka banyak paket kebijakan yang ditawarkan oleh pemerintah dalam rangka mewujudkan mimpi Indonesia menjadi negara makmur yang rakyatnya sejahtera.

Visi besar Indonesia Emas 2045 disusun untuk mempercepat pencapaian tujuan kehidupan bernegara di tengah perubahan besar dunia di masa yang akan datang. Salah satu yang diinginkan oleh kalangan pengambil kebijakan saat ini adalah menempatkan Indonesia menjadi negara maju dan salah satu dari 5 kekuatan ekonomi dunia yang memiliki keunggulan manusianya. Terdapat empat pilar yang perlu dilakukan dalam mewujudkan



mimpi tersebut, diantaranya:

1. Pemberdayaan manusia dan pengembangan IPTEK;
2. Ekonomi berkelanjutan;
3. Pemerataan pembangunan; serta
4. Ketahanan nasional dan penerapan tata kelola pemerintahan yang baik (Bappenas, 2019).

Pembangunan ekonomi berkelanjutan diharapkan dapat dicapai dengan menggerakkan investasi di berbagai sektor ekonomi, salah satunya ekonomi kreatif. Oleh karena nya, dibentuklah sebuah badan yang berfokus pada permasalahan dan solusi yang dibutuhkan untuk memajukan sektor ekonomi ini bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang bertanggung jawab langsung kepada presiden. Seiring dengan perkembangan zaman dan tuntutan perubahan ekonomi yang kian cepat, maka Bekraf bertransformasi menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2019 (Kemenparekraf, 2024).

Ekonomi kreatif sebagai sebuah konsep perekonomian baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan manusia sebagai faktor produksi utama (Habib, 2021). Konsep ini memberikan potensi luar biasa berperan penting dalam memperkuat pilar ekonomi pada visi Indonesia Emas 2045. Peranan strategis sektor ini menggali potensi lokal untuk menciptakan nilai tambah dan peluang usaha di berbagai elemen masyarakat. Ekonomi kreatif mendorong perekonomian di tingkat masyarakat lokal dengan memanfaatkan potensi apa yang ada di masyarakat yang dapat digali dengan mengoptimalkan pengembangan produk dan layanan yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menarik perhatian pasar. Ekonomi kreatif memberikan nilai tambah melalui proses produksi yang bersumber pada kualitas sumberdaya manusia (SDM).

Pengembangan ekonomi kreatif juga dapat berdampak positif terhadap penguatan pilar-pilar yang diperlukan dalam mewujudkan visi Indonesia Emas 2045. Ekonomi kreatif yang dikembangkan dengan memperkuat identitas budaya suatu daerah mendorong para pelakunya untuk senantiasa menambah wawasan dan berinovasi dengan mengikuti pelatihan di berbagai bidang yang menjadi investasi terbaik dalam menciptakan kualitas manusia yang unggul, kompeten dan inovatif. Peranan para pelaku kepentingan dalam mempertemukan antara pegiat bisnis dengan pelaku kegiatan kreatif di berbagai sub-sektor ekonomi kreatif dibutuhkan dalam meningkatkan ekonomi kreatif. Optimalisasi ekonomi kreatif dapat memperkuat pilar ekonomi yang berkelanjutan sehingga mengurangi ketergantungan pada sektor ekonomi tertentu dalam mewujudkan visi Indonesia Emas 2045.

## **2. DATA DAN METODOLOGI**

Tulisan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang berusaha mengeksplorasi tentang kondisi, tantangan, dan Solusi secara mendalam tentang fenomena yang berhubungan dengan ekonomi kreatif dan peranannya. Studi literatur (library research) berfokus kepada analisis perbandingan antara teori yang dikemukakan para ahli dengan realitas empirik (Afiyanti, 2005). Pendekatan ini digunakan karena kemudahan memperoleh data, data yang digunakan bersifat tetap, autentik dan dapat dipertanggung jawabkan. Artikel ilmiah yang relevan, dokumen resmi negara, maupun referensi lain yang berasal dari mesin pencari literatur seperti Google Scholar dan Science direct digunakan untuk mendukung

penyempurnaan tulisan ini.

### 3. HASIL PENELITIAN

Ekraf kreatif (Ekraf) menjadi salah satu dari beberapa sub-sektor ekonomi yang diandalkan oleh para pengambil kebijakan untuk membantu mewujudkan visi Indonesia Emas 2045. Ekonomi kreatif yang mengoptimalkan penciptaan nilai tambah pada suatu produk bersumber dari kualitas manusia berdasarkan wawasan pengetahuan yang dimilikinya, termasuk warisan budaya dan teknologi (Kemenparekraf, 2020).

Ekraf mengalami kebangkitan setelah pandemi covid-19 ditandai dengan peningkatan nilai tambah ekraf mencapai Rp 1.414,8 triliun pada tahun 2023 atau 110,44 persen dari target yang direncanakan (Kemenparekraf, 2023). Peningkatan nilai tambah tersebut disebabkan oleh terjaganya stabilitas daya beli Masyarakat, maupun Upaya pemerintah dalam pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi, serta ekspansi aktivitas ekonomi secara konsisten (Kemenparekraf, 2023).

**Tabel 1.** Sub Sektor Ekonomi Kreatif.

1. Aplikasi	10. Fashion
2. Arsitektur	11. Penerbitan
3. Desain Komunikasi Visual	12. Film, Animasi, & Video
4. Desain Produk	13. Periklanan
5. Desain Interior	14. Permainan Interaktif
6. Fotografi	15. Seni Pertunjukan
7. Musik	16. Seni Rupa
8. Kriya	17. TV & radio
9. Kuliner	

Pemerintah Indonesia berkomitmen untuk menumbuhkembangkan sektor ekonomi kreatif. Komitmen ini terlihat dari regulasi, strategi, kebijakan dan perencanaan yang matang dalam visi Indonesia Emas 2045. Seperti kebijakan pembentukan Komite Ekonomi Kreatif Nasional (KEKNas) yang bertugas merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan Ekraf. Selain itu berbagai paket kebijakan pendanaan yang diberikan pemerintah seperti Dana Ekonomi Kreatif (DEKraf) serta pembiayaan UMKM melalui LPDB (Lembaga Pengelola Dana Bergulir) maupun perbankan. Pemerintah membangun infrastruktur digital untuk mendukung pemasaran produk para pelaku ekraf secara daring. Usaha pengenalan produk ekraf tidak hanya dilakukan secara daring, melainkan juga mengundang para penikmat dan juga wisatawan untuk hadir langsung di beberapa kawasan yang dikembangkan menjadi Kawasan Ekonomi Kreatif.

Beberapa kebijakan tersebut juga perlu didukung dengan pengembangan kualitas manusia sebagai pelaku ekraf dengan berbagai pendampingan serta riset dan pengembangan untuk menciptakan manusia yang berdaya, Penyederhanaan proses perizinan bagi para pelaku ekraf yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai platform daring maupun luring juga perlu dilakukan untuk mempermudah pelaku ekraf dalam mendapatkan izin usaha. Langkah ini diharapkan dapat membuat para pelaku usaha mampu mengembangkan daerahnya secara mandiri sebagai daerah ekonomi kreatif.

Keberadaan ekonomi kreatif yang mengakar pada identitas lokal dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kekayaan warisan budaya lokal (Purnomo, 2016). Dampak positif yang diberikan ekonomi kreatif tidak terbatas pada pertumbuhan ekonomi lokal, melainkan juga mendorong pengembangan kualitas masyarakat. Pengembangan tersebut dilakukan melalui berbagai kegiatan pemberdayaan, pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat dalam berbagai subsektor ekonomi kreatif menjadi investasi yang berkelanjutan untuk menciptakan SDM yang kompeten dan inovatif. Penguatan identitas budaya menurut Mere, dkk (2023) diharapkan tidak hanya memperkaya kehidupan masyarakat tetapi juga menjadikan budaya tersebut sebagai daya Tarik bagi wisatawan dan investor.

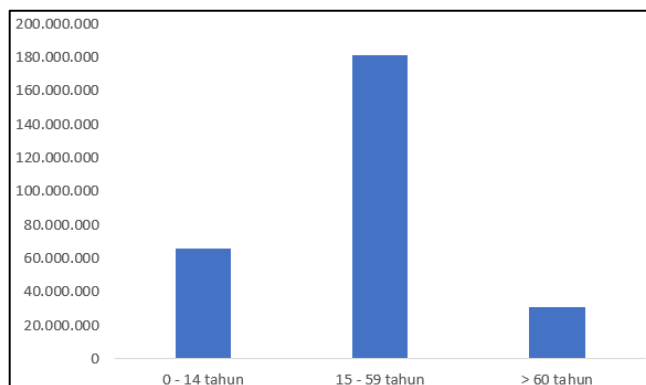
#### **4. PEMBAHASAN**

Peran masyarakat dalam mengembangkan usaha ekonomi kreatif salah satunya melalui UMKM (Kusuma, 2023). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha berfokus pada kreasi dan inovasi dengan skala kecil yang menjadi bagian dari industri kreatif (Khairani & Pratiwi, 2018). Ekonomi kreatif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional tidak terlepas dari kehadiran para pelaku UMKM yang dapat menyokong produk domestik melalui berbagai aktivitas produksi barang dan jasa (Maulana dkk, 2023). Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia Tahun 2022 mencapai 61% dan mampu menyerap sebanyak 97% tenaga kerja dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Kadin, 2024).

UMKM terdiri dari berbagai macam jenis usaha, termasuk usaha di bidang ekonomi kreatif. UMKM pada umumnya membentuk klaster sendiri berdasarkan turan temurun yang dilakukan oleh keluarga pendahulunya (Sianturi, 2020). Pembentukan tempat lokasi usaha UMKM berdasarkan kemudahan dalam memperoleh bahan baku. Suatu daerah yang banyak ditemukan pohon bambu, maka akan bermunculan banyak pengrajin bambu menjadi berbagai produk akhir. Para pelaku ekonomi kreatif memanfaatkan UMKM lebih banyak dikarenakan keterbatasan modal dan fleksibilitas sektor ini. Tingkat fleksibilitas yang tinggi dibutuhkan para pelaku ekonomi kreatif untuk menarik perhatian pasar seiring dengan lingkungan bisnis yang senantiasa mengalami perubahan.

Diperlukan strategi khusus oleh para pelaku UMKM, khususnya yang berfokus di bidang ekonomi kreatif untuk menarik perhatian pasar selain menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, juga dengan memperhatikan kebutuhan konsumen. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk mendapatkan kepuasan konsumen menurut Sianturi (2020) diantaranya: (1) Fokus pada konsumen, (2) Kesetiaan pada mutu, (3) Memperhatikan kenyamanan, (4) senantiasa berinovasi, (5) berdedikasi dalam melayani, serta (6) Tekanan pada kecepatan.

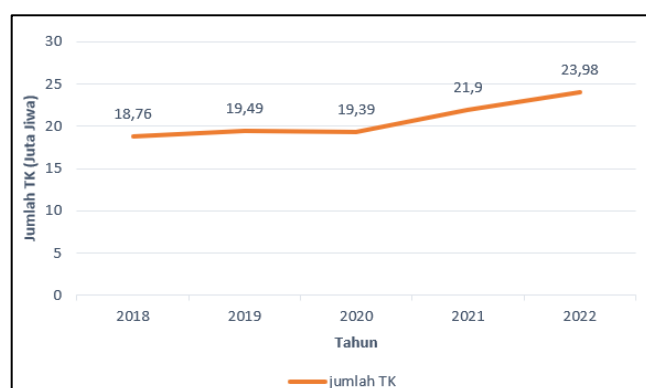
Visi Indonesia Emas 2045 tidak boleh dijadikan slogan semata, melainkan sikap optimisme bangsa yang didukung oleh beberapa faktor, salah satunya bonus demografi. Pada masa tersebut, Indonesia diprediksi akan menerima bonus demografi.



**Gambar 1.** Jumlah Penduduk Menurut kelompok Umur tahun 2023. Sumber: BPS (2023)

Bonus demografi menurut (Rosalia, 2016) merupakan suatu kondisi ketika jumlah penduduk berusia produktif lebih banyak dibanding penduduk yang tidak berusia produktif. Kondisi ini menjadi dua mata pisau bagi Indonesia. Jika dapat dimanfaatkan secara optimal maka akan mempercepat pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Nasution, 2021). Bonus demografi dapat menguntungkan pertumbuhan ekonomi jika berlimpahnya tenaga kerja akan meningkatkan pendapatan per kapita dengan syarat masing-masing mendapatkan kesempatan kerja yang produktif. Jika bonus demografi tersebut tidak mampu dimanfaatkan dengan baik, dikhawatirkan Indonesia akan dilanda krisis akibat ketimpangan ekonomi.

Kunci keberhasilan pemanfaatan bonus demografi adalah dengan melakukan pembangunan kualitas manusianya. Pembangunan tidak akan tercapai jika yang difokuskan hanya dari sisi pemenuhan asupan wawasan saja. Melainkan juga penyediaan lapangan pekerjaan yang dapat menggerakkan perekonomian masyarakat. Ekonomi kreatif menjadi alternatif untuk pengembangan perekonomian masyarakat.

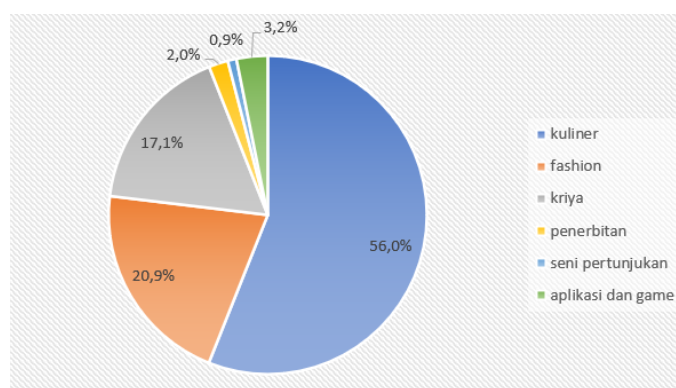


**Gambar 2.** Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif (Juta Jiwa). Sumber: Kemenparekraf.

Ekonomi kreatif melalui pemanfaatan kekayaan alam dan budaya masyarakat dapat ditingkatkan melalui kapitalisasi nilai luhur dan pengembangan etos kerja untuk memperkokoh akar kebudayaan di tengah globalisasi. Ekonomi kreatif yang banyak dilakukan oleh para pelaku usaha dengan modal minim dan memanfaatkan kekayaan alam dan intelektual yang dimiliki mampu menyerap jumlah puluhan juta tenaga kerja. Data

Kemenparekraf (2022) mencatat peningkatan jumlah tenaga kerja sekitar 5 juta tenaga kerja sejak tahun 2018 – 2022 atau sebesar 6,33% rata-rata pertumbuhan per tahun.

Jumlah tenaga kerja tersebut merupakan keseluruhan dari tenaga kerja yang bekerja di 17 sub sektor ekonomi kreatif. Sub sektor kuliner merupakan sub sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja sebanyak 13,44 juta jiwa, yang disusul oleh sub sektor fashion (5 juta jiwa dan kriya 4,10 juta jiwa. Sub sektor selanjutnya yang berkontribusi menyumbang tenaga kerja ekonomi kreatif berasal dari sub sektor penerbitan sebanyak 469,61 ribu jiwa, seni pertunjukan 212,74 ribu jiwa, dan sub sektor lainnya sejumlah 757,65 ribu jiwa (Kemenparekraf, 2023).



**Gambar 3.** Persentase jumlah tenaga kerja (menurut sub sektor). Sumber: Kemenparekraf.

Serapan jumlah penduduk bekerja yang menjadi tenaga kerja ekonomi kreatif mengalami peningkatan. Jika titik awal perbandingan pertumbuhan tenaga kerja dimulai pada tahun 2018, maka selama 5 tahun berjalan senantiasa mengalami pertumbuhan positif. Berdasarkan data dari BPS serapan tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2022 sebesar 17,73 persen tumbuh sekitar 3 persen dari tahun 2018. Hal ini menandakan bahwa dari 100 orang jumlah penduduk yang bekerja, sekitar 17 – 18 orang memiliki pekerjaan di bidang ekonomi kreatif. Oleh karenanya diharapkan sektor ekonomi kreatif mampu menjadi alternatif untuk menyerap tenaga kerja di masa mendatang dan membantu menopang pertumbuhan ekonomi nasional.

### **Peluang dan Tantangan**

Pemanfaatan sektor ekonomi kreatif dalam membantu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia perlu mendapatkan perhatian serius dari berbagai pihak. Sektor ini dipandang memiliki potensi yang menjanjikan setelah beberapa tahun sebelumnya, Indonesia bahkan dunia sedang dilanda krisis akibat pandemi covid 19. Ekonomi kreatif dunia diprediksi akan terus mengalami perkembangan hingga 40% pada 2030 (Kemenparekraf, 2023). Pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh semakin cepatnya inovasi dan kreativitas para pelaku usaha kreatif, yang disebabkan oleh dukungan infrastruktur dan teknologi, dan sinergi antar pelaku ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif berpeluang besar dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Pertumbuhan sektor ini dapat diakselerasi melalui (1) penciptaan lapangan kerja; (2) peningkatan pendapatan melalui pertambahan nilai; (3) penguatan ekosistem ekonomi

kreatif antar sub sektor; (4) apresiasi masyarakat terhadap produk lokal; serta penetrasi pasar global yang lebih luas.

Akses pendanaan bagi para pelaku usaha kreatif masih menjadi tantangan menumbuhkan sektor ekonomi ini. Meskipun pemerintah sudah turun tangan melalui berbagai paket kebijakan seperti DEKraf, LPDB dan lainnya, namun keterbatasan informasi serta kerumitan secara procedural masih menjadi momok bagi para pelaku usaha. Masalah yang muncul lainnya adalah rendahnya perlindungan akan pemanfaatan kekayaan intelektual yang membuat para pelaku usaha memiliki keraguan dalam mengeksplorasi kualitas yang dimilikinya akibat tindakan penjiplakan karya yang masih rentan.

Intervensi pemerintah dibutuhkan dalam meminimalisis tantangan yang dihadapi tersebut. Mulai dari pendampingan, pelatihan, maupun penciptaan ekosistem yang mendukung denyut nadi ekonomi kreatif di Indonesia. Pembentukan ruang-ruang kreatif dengan suasana yang kondusif bagi para pelaku usaha dapat mengakomodasi kreativitas (Purnomo, 2016). Berbagai daerah di Indonesia tentunya memiliki keunikan masing-masing dapat dikembangkan menjadi kota-kota kreatif dan menarik minat pasar mancanegara. Purnomo (2016) menambahkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan seiring dengan pengembangan wisata, sehingga atraksi wisata menjadi daya tarik dan inspirasi munculnya ide-ide kreatif.

Perkembangan teknologi dipandang sebagai dua sisi mata uang, dimana hal tersebut dapat menjadi peluang bagi akselerasi perkembangan ekonomi kreatif, namun disisi lain menjadi tantangan. Perkembangan *Artificial Intelligence (AI)* misalnya, berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif. Kecerdasan buatan yang dimiliki dapat mendiring pertumbuhan ekonomi kreatif melalui peningkatan inovasi. Kecerdasan yang dimiliki teknologi AI juga dapat memberikan tantangan etika dan hukum terkait hak cipta, privasi dan keaslian karya yang dihasilkan (Kemenparekraf, 2023).

Penerapan strategi yang efektif diperlukan dalam rangka meningkatkan kontribusi sektor ekonomi kreatif pada perekonomian nasional. Strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan ekonomi kreatif agar dapat menjadi kekuatan baru perekonomian nasional diantaranya:

1. Inventarisasi asset potensial ekonomi kreatif untuk mencapai kemandirian;
2. Membangun iklim ekonomi kreatif yang kondusif;
3. Pemanfaatan teknologi sebagai stimulus penciptaan kreativitas dan inovasi yang memiliki nilai tambah;
4. Menumbuhkan kaulitas SDM melalui berbagai pendidikan, pelatihan, dan pendampingan;
5. Menciptakan regulasi yang melindungi para pelaku ekonomi kreatif; serta
6. Membangun ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Pemerintah sebagai pemangku kebijakan berperan dalam menyediakan akses permodalan, peningkatan kualitas manusia terutama di bidang ekonomi kreatif, memperkuat perlindungan HKI serta mendorong pengembangan pasar bagi produk ekonomi kreatif. Di sisi pelaku usaha perlu senantiasa mengevaluasi diri dalam menghasilkan produk ekonomi



kreatif yang berkualitas dengan meningkatkan kualitas dan keterampilan tentang ekonomi kreatif maupun membangun jaringan dengan pelaku usaha kreatif lainnya. masyarakat yang juga bertindak sebagai pasar potensial bagi ekonomi kreatif juga memegang peranan penting untuk senantiasa menggunakan produk ekonomi kreatif lokal sebagai bentuk penghargaan karya dan juga dukungan kepada pelaku usaha kreatif.

Strategi tersebut tidaklah dapat berjalan sesuai rencana jika tidak didorong oleh sinergi yang baik dari berbagai pihak. Kolaborasi aktif diperlukan untuk mewujudkan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor yang berperan dalam penguatan ekonomi untuk mencapai visi Indonesia Emas 2045.

## 5. KESIMPULAN

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. 17 sub sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif masih sangat potensial untuk dikembangkan mengingat kekayaan alam dan budaya yang dimiliki Indonesia dengan lebih dari 1.300 suku dan yang bermukim serta lebih dari 700 bahasa daerah yang dituturkan. Ditambah lagi keberadaan UMKM dan kondisi demografis Indonesia yang diprediksi akan mengalami surplus pada 2045 mendatang menjadikan sektor ini sebagai alternatif yang layak untuk dikembangkan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi dalam pembuatan penulisan ini, sehingga penulis bertekad dan mampu menyelesaikannya. Dukungan dan motivasi berbagai pihak membantu penulis dalam menyelesaikan tulisan ini. Oleh karenanya penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi hingga terbitnya artikel ini

## PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2005). Penggunaan literatur dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*. 9(1), 32 – 35.
- Bappenas. (2019). *Indonesia 2045: Berdaulat, Maju, Adil, dan Makmur*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas RI.
- Habib, M.A. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*. 1(2), 82 – 110.
- Kadin. 2024. *UMKM Indonesia*. Diakses pada 15 Juli 2024. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.
- Kemenparekraf. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Kemenparekraf. (2023). *Capaian Parekraf Triwulan I – IV Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Kemenparekraf. (2023). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023/2024*. Jakarta: Kemeterian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Kemenparekraf. (2023). *Statistik Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2018 – 2022*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Kemenparekraf. (2024). *Profil lembaga Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Diakses pada 17 Juli 2024, <https://kemenparekraf.go.id/profil/profil-lembaga>.



- Khairani, S. dan Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1 (1), 36 – 43.
- Kusuma, E. D. (2023). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Hoki Souvenir. *CUAN: Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis*. 1 (1), 12 – 20.
- Maulana, N., Fitri, Y., Malahayatie, dan Zulfahmi. (2023). Implementasi Korporasi, Kapasitas dan Pembiayaan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Perekonomiandi Aceh. *Cendekia Niaga: Journal of Trade Development and Studies*. 7(2), 109 – 120.
- Mere, K., Santoso, M. H., Mutiasari, Rahmawati, H. U., dan Harahap, M. A. K. (2023) Peran Ekonomi Kreatif dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal*. 4 (6), 12324 -12329.
- Nasution, M. (2021). Hubungan Bous Demografi, Indeks Pembangunan Manusia dan Indeks Pembangunan Ketenagakerjaan dengan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Budget*. 6 (1), 74 – 95.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Rosalia, F. (2016). *Tanah dan Bonus Demografi (Peran Pemerintah Menghadapi Bonus Demografi 2020 – 2030 dalam Kaitanya dengan Terbatasnya Ketersediaan Tanah*. Disampaikan pada Seminar Nasional Universitas Lampung (SeFILa 2016). Lampung.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*. 1 (1), 45 – 50.

## **PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN BIAYA KULIAH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA BARU MEMILIH INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI SWASTA (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)**

RAHMAT LAHANGI

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Bhakti Asih Tangerang  
Jl. Raden Fatah No.62, Kota Tangerang, Banten, Indonesia.

Email: [rahmatadventure91@gmail.com](mailto:rahmatadventure91@gmail.com)

**Sari** – Pendidikan memiliki peran sentral dalam pembangunan bangsa karena melalui pendidikan akan tercipta sumber daya manusia yang cerdas, berkualitas, dan berkarakter. Oleh karena itu, Pendidikan menjadi sektor yang paling penting untuk diperhatikan oleh seluruh instrument pemerintah dalam pembangunan. Artikel Literatur Review Pengaruh Promosi Online dan Biaya Kuliah Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi Swasta ini adalah artikel ilmiah yang bertujuan membangun hipotesis riset pengaruh antar variabel yang akan digunakan pada riset selanjutnya, dalam ruang lingkup Manajemen Pemasaran. Metode penulisan artikel Literatur Review ini adalah dengan metode library research, yang bersumber dari media online seperti Google Scholar dan media online akademik lainnya. Hasil artikel Literatur Review ini menunjukkan bahwa promosi online dan biaya kuliah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan calon mahasiswa dalam memilih Pendidikan institusi Pendidikan tinggi swasta.

**Kata kunci:** Promosi Online, Biaya Kuliah, Pengambilan Keputusan

**Abstract** - Education plays a central role in national development because through education, intelligent, quality, and characterful human resources will be created. Therefore, education is the most important sector to be considered by all government instruments in development. This Literature Review article on the Influence of Online Promotion and Tuition Fees on Student Decision Making in Choosing Private Universities is a scientific article that aims to build a research hypothesis on the influence between variables that will be used in further research, within the scope of Marketing Management. The method of writing this Literature Review article is a library research method, which is sourced from online media such as Google Scholar and other academic online media. The results of this Literature Review article show that digital marketing and college cost have a significant influence on prospective students' decision making in choosing private universities.

**Keywords:** Digital Marketing, College Cost, Decision Making

### **1. PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Pendidikan memiliki peran sentral dalam pembangunan bangsa karena melalui pendidikan akan tercipta sumber daya manusia yang cerdas, berkualitas, dan berkarakter. Oleh karena itu, Pendidikan menjadi sektor yang paling penting untuk diperhatikan oleh seluruh instrument pemerintah dalam pembangunan. Terlebih lagi, Indonesia telah menargetkan “Indonesia Emas Tahun 2024” dimana sektor pendidikan menjadi salah satu sektor pendukung utama yang mempersiapkan generasi bangsa dimasa depan. Pendidikan merupakan sebuah proses untuk membentuk manusia yang tidak hanya cerdas secara intelektual, mampu berpikir secara saintifik dan filosofis tetapi juga mampu mengembangkan spiritualnya.

Seiring semakin tingginya kebutuhan bangsa atas pendidikan, maka organisasi pendidikan tinggi di Indonesia juga semakin bertambah banyak. Pada tahun 2024, Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mencatat terdapat 4.510 Pendidikan Tinggi Swasta (PTS) yang tersebar di seluruh Indonesia. Tingginya angka PTS

ini kemudian mendorong lahirnya persaingan yang sangat kompetitif dalam dunia jasa pendidikan, dimana perguruan tinggi saling berlomba untuk mengembangkan seluruh potensi dan kemampuannya untuk menarik minat calon mahasiswa. Kemampuan bersaing tersebut sangat dipengaruhi oleh strategi perguruan tinggi dalam menyampaikan informasi mengenai keunggulan kompetitif dan manajerial perguruan tinggi itu sendiri.

Menurut Alma (2007:383) mengemukakan bahwa terdapat beberapa variabel yang dapat menimbulkan image pendidikan tinggi, meliputi dosen, perpustakaan, teknologi pendidikan, biro konsultan, kegiatan olahraga, kegiatan marching band, dan tim kesenian, kegiatan keagamaan, kunjungan orang tua ke kampus, membantu kemudahan mendapat dan mengurus pekerjaan, penerbitan kampus dan alumni. Selain itu, dalam memilih perguruan tinggi juga memperhatikan bauran pemasaran lembaga pendidikan, yaitu product, place, promotion dan personal traits.

Dalam memilih perguruan tinggi, calon mahasiswa tentu memiliki pertimbangan serta alasan yang berbeda-beda untuk melanjutkan pendidikan. Berbagai aspek yang dipertimbangkan tersebut antara lain biaya kuliah, status sosial ekonomi, fasilitas pendidikan, reputasi perguruan tinggi, citra dan prospek program studi, lingkungan, minat, motivasi dan keberhasilan alumni. Selain itu, dalam pemasaran jasa terdapat elemen-elemen lain yang bisa dikontrol dan dikoordinasikan untuk keperluan komunikasi dengan pemuasan konsumen jasa.

Zeithaml *et al.* (1990) mengemukakan bahwa terdapat tujuh elemen bauran pemasaran dalam mempengaruhi pengambilan keputusan, meliputi; produk (*Product*), harga (*Price*), saluran distribusi (*Place*), promosi (*Promotion*), orang (*People*), proses (*Process*), dan bukti fisik (*Physical Evidence*). Dalam artikel ini penulis hanya mengambil dua elemen bauran pemasaran yaitu promosi dan harga. Alma (2007:372) mengemukakan pendapat tentang fungsi promosi dalam pendidikan adalah untuk membentuk citra yang baik terhadap lembaga, dalam rangka menarik minat sejumlah mahasiswa, maka lembaga pendidikan telah mengembangkan atau menggunakan berbagai upaya strategi yang dikenal dengan upaya strategi bauran pemasaran.

Menurut Lupiyoadi (2006:70) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar tersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi online adalah kemampuan dari perusahaan untuk memberikan informasi, komunikasi, berpromosi, dan menjualkan produk jasa melalui internet. Promosi online dirancang untuk menjangkau luas melalui macam-macam media online yang bertujuan agar perguruan tinggi dapat berkomunikasi dengan calon mahasiswa. Tujuan promosi online secara sederhana terbagi menjadi tiga jenis yaitu; (1) memberikan informasi calon mahasiswa tentang berbagai informasi mengenai perguruan tinggi; (2) mengingatkan calon mahasiswa tentang citra perguruan tinggi; dan (3) mempengaruhi calon mahasiswa untuk memilih kuliah di perguruan tinggi yang di promosikan.

Selain promosi, calon mahasiswa juga akan mempertimbangkan biaya kuliah yang sesuai dalam memilih perguruan tinggi. Perguruan tinggi swasta memiliki variasi biaya kuliah yang berbeda-beda, tergantung pada kebijakan dan struktur biaya yang ditetapkan oleh masing-masing institusi. Calon mahasiswa akan mengevaluasi biaya kuliah yang ditawarkan oleh perguruan tinggi dan membandingkannya dengan kemampuan keuangan mereka sendiri atau keluarga. Calon mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial cenderung memilih perguruan tinggi swasta yang menawarkan biaya kuliah yang lebih terjangkau atau memiliki kebijakan bantuan keuangan yang dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan biaya pendidikan. Mereka mungkin mencari informasi tentang beasiswa, program bantuan keuangan, atau opsi pembiayaan lainnya yang dapat membantu mengurangi beban biaya kuliah.

Selain itu, calon mahasiswa juga akan mempertimbangkan nilai dari investasi pendidikan yang mereka lakukan. Mereka akan mengevaluasi apakah biaya kuliah yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang akan mereka peroleh dari pendidikan tersebut dalam hal kualitas pendidikan, kesempatan karir, atau jaringan profesional yang dapat mereka bangun selama masa studi (Langouet & Leger, 2000).

Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. Salah satu komponen terpenting dari proses pembuatan keputusan ialah kegiatan pengumpulan informasi dari mana suatu apresiasi mengenai situasi keputusan dapat dibuat.

Berdasarkan uraian diatas maka artikel literature review ini berjudul “Pengaruh Promosi Online dan Biaya Kuliah Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Institusi Pendidikan Tinggi Swasta”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dan dasar pemikiran diatas, maka rumusan masalah dalam artikel literature review agar lebih fokus pada kajian pustaka dan hasil serta hasil pembahasan tentang apakah promosi online dan biaya kuliah dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih pendidikan tinggi swasta?

### **Promosi Online**

Promosi online adalah kemampuan dari perusahaan untuk memberikan informasi, komunikasi, berpromosi, dan menjualkan produk jasa melalui internet. Sementara E-marketing adalah metode pemasaran yang melibatkan penggunaan media elektronik untuk mempromosikan dan menjual produk serta jasa kepada konsumen. Kegiatan promosi ini menawarkan sejumlah kelebihan produk maupun jasa bagi pembeli, termasuk pengalaman yang menyenangkan, kemudahan, privasi yang terjaga, kemampuan untuk membandingkan produk dari berbagai perusahaan dengan cara langsung serta interaktif dalam pemasaran. Selain itu, e-marketing juga memberikan sejumlah keuntungan bagi para penjual, seperti membangun hubungan yang lebih baik dengan para konsumen, menekan biaya pemasaran dan memperluas jangkauan pasar.

Promosi online merupakan kegiatan mempromosikan suatu produk melalui media internet dengan seluruh keunggulannya, misalnya: *realtime*, multimedia, dan interaktif. Promosi online juga dapat dikatakan sebagai suatu media interaktif yang mampu membantu penjualan produk dengan cara yang lebih baik karena dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, merespons dengan lebih cepat, mengurangi biaya, dan mempercepat penyebaran informasi. Selain itu, promosi online memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan, yang memungkinkan komunikasi interaktif. Melalui komunikasi yang efektif, hubungan dengan pelanggan dapat diperkuat.

Lebih lanjut, Kotler dan Armstrong (2016) menyebutkan bahwa terdapat lima jenis promosi yang umum digunakan, yaitu; (a) iklan (*advertising*); (b) promosi penjualan (*sales promotion*); (c) penjualan pribadi (*personal selling*); (d) hubungan masyarakat (*public relations*); dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Dengan melakukan promosi *online*, konsumen dari berbagai wilayah akan lebih mudah melihat dan membeli produk yang perusahaan promosikan. Adapun Indikator promosi online menurut Samosir dan Prayoga dalam Rosida dan Haryanti (2020) adalah: (1) Iklan via *online*; (2) Diadakanya pelayanan aduan konsumen via *online*; (3) Pemberian potongan harga; dan (4) Pemberian hadiah via *online*.

### **Biaya Kuliah**

Biaya didefinisikan sebagai pergorbanan ekonomis yang dibuat guna memperoleh barang ataupun jasa. Secara bahasa biaya dapat diartikan sebagai pengeluaran dalam istilah ekonomi biaya dapat berupa uang atau bentuk meter lainnya (Supriadi, 2006). Biaya Kuliah adalah keseluruhan biaya operasional mahasiswa yang dibayar setiap semester pada program studi yang diambil di perguruan tinggi. Istilah biaya kuliah terbagi menjadi dua, yaitu Uang Kuliah Tunggal (UKT) untuk Perguruan Tinggi Negeri dan Sumbangan Pengembangan Pendidikan (SPP) untuk Perguruan Tinggi Swasta (PTS).

UKT merupakan biaya yang dikenakan kepada setiap mahasiswa untuk digunakan dalam proses pembelajaran yang diatur dalam Permenristekdikbud No.2 tahun 2024 tentang Standar Satuan Biaya Operasional Pendidikan Tinggi Pada Perguruan Tinggi Negeri Di Lingkungan Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi. Sedangkan SPP pada Perguruan Tinggi Swasta tidak diatur dalam peraturan menteri karena tidak mendapatkan pembiayaan dari pemerintah. SPP atau Biaya kuliah pada PTS memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran di sektor pendidikan, karena penetapan biaya kuliah dapat memberikan penghasilan sekaligus menstabilkan operasional bagi Perguruan Tinggi Swasta.

Penetapan biaya kuliah menentukan seberapa jauh pelayanan layanan jasa dinilai oleh calon mahasiswa dan orangtua mahasiswa serta masyarakat dalam proses membangun citra PTS. Menurut Lupioyadi (2001) bahwa komponen biaya kuliah menyangkut (1) Uang registrasi/registrasi ulang tiap awal semester; (2) uang perkuliahan yang meliputi uang biaya penyelenggaraan pendidikan juga hal yang berhubungan dengan pengembangan dan pembinaan kegiatan kurikuler dan ekstrakurikuler seperti uang buku, peralatan dan sebagainya per semester; (3) Biaya per SKS (Satuan Kredit Semester); (4) uang sumbangan pembangunan gedung yang hanya sekali dibayar pada saat diterima di lembaga pendidikan; dan (5) uang ujian dan lain-lain.

## Pengambilan Keputusan

Menurut Yusuf dalam Ernawati *et al.* (2021) pengambilan keputusan adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan, artinya bahwa seseorang dalam membuat sebuah keputusan harus mempunyai beberapa alternatif pilihan lain. Lebih lanjut, Eisenfuhr (2011) dalam Lunenburg (2010) menyebutkan “*Decision making is a process of making a choice from a number of alternatives to achieve a desired result*” yang artinya pengambilan keputusan merupakan suatu proses pengambilan pilihan dari sejumlah alternatif untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan.

Dalam pengambilan keputusan, konsumen akan melakukan beberapa tahapan. Tahapan dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli, jika positif berarti akan memperkuat keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong (2011:226) dalam Desy, 2016). Kotler dan Keller (2016) terdapat beberapa proses dalam pengambilan keputusan Identifikasi kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Memutuskan pilihan dan Perilaku purnabeli.

Selanjutnya Kotler dan Armstrong (2006) menyebutkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian meliputi; (1) faktor kebudayaan yang mencakup tiga hal yaitu budaya, sub budaya, dan kelas sosial; (2) faktor sosial dimana faktor ini dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga, peranan dan status; (3) faktor pribadi yang meliputi unsur-unsur seperti usia dan tahapan daur ulang, pekerjaan, situasi ekonomi, kepribadian dan konsep diri; dan (4) faktor psikologis yang terdiri dari variabel-variabel yang terkait dengan motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap.

**Tabel 1** Penelitian terdahulu.

No	Author, Tahun	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan dengan Artikel ini	Perbedaan dengan Artikel ini
1.	Tri Hatyanto, Sitti Hartinah & Roberto, 2024	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel promosi online dan biaya kuliah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkuliah. Sementara Variabel Citra Perguruan Tinggi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkuliah.	Promosi Online dan Biaya Kuliah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Citra Perguruan Tinggi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.
2.	Eka Hendra Priyatna, Dewi Rahmawati & Kusdianto, 2024	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel promosi online dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan.	Promosi online berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.
3.	Hajatina, 2024	Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih institusi pendidikan tinggi.	Promosi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Biaya kuliah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.
4.	Siska Handayani, Rimaya Izwana, & Zahratul Ulfa, 2024	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel promosi online berpengaruh signifikan terhadap Keputusan.	Promosi online berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Biaya kuliah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.
5.	Eka Hendrayani, Rudy Irwansyah, Hadiansyah Ma'sum, Olivia Tahalele &	Hasil penelitian yang dilakukan ini telah menemukan bahwa variabel strategi promosi media sosial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan	Promosi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Biaya kuliah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan



	Zunan Setiawan, 2024	tinggi.		keputusan.
6.	Eli Masnawati & Didit Darmawan, 2023	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel lokasi, akreditasi, dan biaya kuliah terbukti memiliki pengaruh dan peran nyata memunculkan niat memilih perguruan tinggi swasta di Surabaya.	Biaya kuliah berpengaruh signifikan terhadap memunculkan niat untuk memilih perguruan tinggi.	Lokasi dan akreditasi berpengaruh signifikan terhadap memunculkan niat untuk memilih perguruan tinggi.
7.	Muhammad Teguh Nuryadin, & Riswan Yunida, 2022	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa variabel Group References dan Biaya Kuliah berpengaruh signifikan terhadap keputusan Mahasiswa dalam memilih kuliah di Politeknik Negeri Banjarmasin pada masa Pandemi Covid-19.	Biaya kuliah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Group reference berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.
8.	Yusriadi, 2019	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kuliah di STIE yang ada di Kota Pekanbaru	Promosi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Biaya kuliah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.
9.	Agam Pirendra, 2017	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa variabel promosi online dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Promosi Online, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.
10.	Anisatul Auliya, 2016	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa variabel biaya kuliah, promosi dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta.	Biaya kuliah, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.	Promosi dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.

## 2. DATA DAN METODOLOGI

Metode dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan *study literature* atau *Library Research*. Tujuan dari artikel ini adalah menganalisis teori-teori yang ada dengan melihat perbandiannya pada teori-teori sebelumnya pada literature hasil penelitian. *Literature* yang digunakan adalah hasil penelitian artikel ilmiah bereputasi nasional yang bersesuaian dengan variable yang digunakan dalam artikel. Semua artikel yang digunakan adalah bersumber dari mesin elektronik pencarian data literasi dari *Google scholar*. Kajian Pustaka secara konsisten dengan menggunakan metode pendekatan metodologi tepat adalah jenis dari penelitian kualitatif jenis penelitian literature. Hal tersebut digunakan secara induktif sehingga tidak menimbulkan pertanyaan lanjutan.

Alasan dilakukan penelitian kualitatif adalah penelitian tersebut memiliki sifat eksploratif. Selanjutnya, dilakukan pembahasan mendalam pada bagian Kajian Pustaka yang di-review, karena bagian tersebut adalah dasar perumusan hipotesis dan selanjutnya akan menjadi bahan perbandingan dengan hasil atau temuan-temuan dari hasil penelitian sebelumnya untuk mengungkap kebenaran dari teori yang ada (Permatasari dan Jaelani, 2021). Pada artikel ini akan membahas tentang Pengaruh Promosi Online dan Biaya Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi.

## 3. HASIL PENELITIAN

Artikel ini menganalisis dan membahas tentang variabel – variabel manajemen pemasaran yaitu: promosi online, biaya kuliah dan pengambilan keputusan. Riset dan artikel terdahulu yang relevan dengan artikel ini diantaranya adalah :



### **Pengaruh Promosi Online Terhadap Pengambilan Keputusan**

Promosi online adalah salah satu bentuk penyampaian informasi dan komunikasi mengenai penjualan jasa melalui internet yang banyak dimanfaatkan oleh banyak perguruan tinggi. Salah satu promosi online yang banyak digunakan adalah pemanfaatan social media karena social media menjadi platform yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat. Promosi online harus menggunakan informasi yang semenarik mungkin karena dengan itu calon mahasiswa menjadi tertarik dan akan melakukan pengambilan keputusan untuk memilih perguruan tinggi yang menurut mereka itu menarik. Menurut Pribadi (2010) promosi online merupakan kegiatan mempromosikan suatu produk melalui media internet dengan seluruh keunggulannya seperti realtime, multimedia, dan interaktif. Penggunaan promosi online yang tepat dan efektif dapat meningkatkan pengambilan keputusan calon mahasiswa dalam menentukan perguruan tinggi. Hubungan antara variabel promosi online dengan pengambilan keputusan ini sejalan dengan artikel sebelumnya diantaranya adalah: (Hatyanto *et al.*, 2024), (Priyatna, *et al.*, 2024), (Handayani, *et al.*, 2024), (Pirendra, 2017).

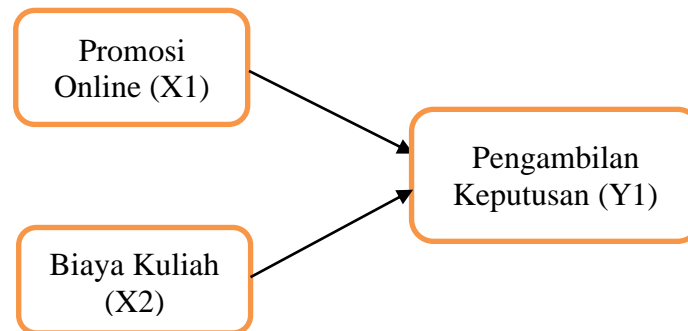
### **Pengaruh Biaya Kuliah Terhadap Pengambilan Keputusan**

Biaya kuliah menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan calon mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Calon mahasiswa harus memastikan terlebih dahulu bahwa biaya kuliahnya telah berdasarkan sumber daya finansialnya. Ini juga menunjukkan bahwa calon mahasiswa memerlukan pertimbangan yang hati-hati berdasarkan berbagai alternatif yang tersedia (Maniu dan Maniu, 2014). Kemampuan calon mahasiswa untuk membiayai pendidikannya dan pertimbangan terkait nilai investasi pendidikan menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan mereka (Djati dan Darmawan, 2004). Perguruan tinggi yang menawarkan kebijakan biaya kuliah yang terjangkau atau menawarkan bantuan keuangan pendidikan seperti beasiswa yang memadai cenderung lebih menarik bagi calon mahasiswa, tetapi nilai dari pendidikan yang diberikan juga menjadi pertimbangan penting dalam memutuskan apakah biaya kuliah yang lebih tinggi itu sebanding.

Biaya kuliah yang harus dipenuhi kepada perguruan tinggi dapat ditelusuri calon mahasiswa sehingga dapat memilih dan menetapkan perguruan tinggi swasta berdasarkan perbandingan dengan perguruan tinggi swasta lainnya sesuai kemampuannya. Faktor yang termasuk kedalam biaya kuliah adalah fleksibilitas pembayaran, adanya bantuan keuangan, dan biaya akomodasi yang wajar. Hubungan antara variabel biaya kuliah dengan pengambilan keputusan ini sejalan dengan artikel sebelumnya diantaranya adalah: (Hatyanto *et al.*, 2024), (Nuryadin & Yunida, 2022), (Auliya, 2016).

## **4. PEMBAHASAN**

Berdasarkan rumusan masalah, latarbelakang, kajian teori dan analisis hubungan antar variabel, maka dapat diperoleh model atau conceptual framework artikel ini dalam rangka membangun hipotesis dari rumusan masalah penulisan artikel ini dari kajian literature baik dari jurnal dan artikel yang relevan, maka dapat diperoleh alur conceptual *framework* seperti ini:



**Gambar 1** Alur konsep.

Selain dari variabel promosi online dan biaya kuliah, masih terdapat banyak variabel yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan diantaranya adalah:

- Persepsi: (Priyatna, *et al.*, 2024), (Auliya, 2016), (Pirendra, 2017)
- Lokasi: (Masnawati & Darmawan, 2023),
- Akreditasi: (Masnawati & Darmawan, 2023),
- Group reference: (Nuryadin & Yunida, 2022).

## 5. KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat di ambil kesimpulan dari artikel review ini adalah sebagai berikut variabel promosi online dan biaya kuliah dapat berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta untuk melanjutkan pendidikannya.

### Saran

Dari artikel review diatas dapat disarankan dalam melakukan promosi online untuk menarik calon mahasiswa, Perguruan Tinggi Swasta perlu menyiapkan strategi promosi yang efektif dan efisien karena audiens di media online berasal dari berbagai kalangan. Perlunya mempertimbangkan informasi yang memuat keunggulan Perguruan Tinggi dalam mempromosikan Perguruan tinggi secara online. Selain itu, promosi online juga harus dilakukan secara realtime, interaktif dan berkala untuk mempengaruhi pengambilan keputusan calon mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta. Selain itu, mengenai biaya kuliah, Perguruan Tinggi Swasta perlu menentukan kebijakan Biaya Kuliah yang terjangkau atau menawarkan bantuan keuangan pendidikan seperti beasiswa, menentukan fleksibilitas pembayaran dan menetapkan biaya akomodasi yang wajar.

## PUSTAKA

- Auliya, A. (2016). Biaya Kuliah, Promosi, Dan Persepsi Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta, *Jurnal Pesona*, 9(1).
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta).
- Djati, S. P. & Darmawan, D. (2004). Pengaruh Kesan Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan mahasiswa PTS terhadap Minat Mereferensi Kampusnya, *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 190-204.
- Desy, E. (2016). Pengaruh brand image, lokasi dan fasilitas terhadap Keputusan mahasiswa

- memilih universitas pancabudi (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi). *Jurnal Ilmiah "DUNIA ILMU"*, 2(1).
- Handayani, S., Izwana, R. dan Ulfa, Z. (2024). Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*. Stain Bengkalis.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 13<sup>th</sup> ed. New Jersey: Pearson Education, 2016.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2006). *The Principle of Marketing Management*. USA: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Langouet, G. & A. Leger. (2000). Public and private schooling in France: an investigation into family choice. *Journal of Education Policy*, 15(1), 41-49.
- Lupiyoadi, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Salemba Empat. Jakarta
- Maniu, I., & Maniu, G.C. (2014). Educational Marketing: Factors Influencing the Selection of a University. *SEA: Practical Application of Science*, 2(3), 37-41.
- Masnawati, E. dan Darmawan, D. (2023). Pengaruh Lokasi, Akreditasi dan Biaya Kuliah terhadap Niat Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya. *Journal on Education*, 06(01). Bangkalan
- Pirendra, A. (2017). Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Bukalapak.Com (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Supriadi, D. (2006). *Satuan Biaya Pendidikan Dasar Dan Menengah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Yusriadi.2019. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Kuliah Di Stie Yang Ada Di Kota Pekanbaru, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. Pekanbaru.

## **PENGARUH KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN: KAJIAN RINGKAS SEJUMLAH KARYA ILMIAH**

HENDRA SURYANTO dan RIDWAN MAULANA NUGRAHA

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Bhakti Asih Tangerang  
Jl. Raden Fatah No.62, Kota Tangerang, Banten, Indonesia.  
Email: [hendrasuryanto65@gmail.com](mailto:hendrasuryanto65@gmail.com)

**Sari** – Tujuan penulisan yaitu untuk mempelajari beberapa hasil riset tentang pengaruh kepemimpinan dengan kinerja karyawan. Kajian meramunya menjadi sebuah perspektif terpadu keterkaitan kepemimpinan dengan kinerja karyawan yang diharapkan menjadi bahan pemikiran bagi para pihak dalam mengelola kepemimpinan dan kinerja organisasi. Hasil kajian ringkas atas beberapa artikel ilmiah tentang kepemimpinan dan kinerja karyawan secara umum dinyatakan bahwa kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil kajian ringkas ini dilengkapi dengan ulasan dalam diskusi untuk melihat lebih jauh dampak kepemimpinan kerja terhadap kinerja karyawan serta dampaknya bagi kinerja organisasi.

**Kata kunci:** Kepemimpinan, Kinerja Karyawan, Kinerja Organisasi

**Abstract** - *The purpose of writing is to study several research results regarding the influence of leadership on employee performance. The study combines this into an integrated perspective on the relationship between leadership and employee performance which is expected to provide food for thought for parties in managing leadership and organizational performance. The results of a brief study of several scientific articles on leadership and employee performance generally state that leadership has a positive and significant effect on employee performance. The results of this brief study are complemented by a review in discussion to look further at the impact of work leadership on employee performance and its impact on organizational performance.*

**Keywords:** *Leadership, Employee Performance, Organizational Performance*

### **1. PENDAHULUAN**

Organisasi memiliki sasaran-sasaran atau tujuan-tujuan yang harus dicapai. Pencapaian sasaran atau tujuan ini menjadi tanggung jawab pimpinan puncak organisasi. Pimpinan beserta bawahannya secara bersama bekerja untuk mencapai sasaran atau tujuan tersebut. Tantangan pimpinan yaitu bagaimana para bawahannya mengikuti komandonya untuk kompak bergerak dan bekerja untuk mencapai tujuan bersama tersebut. Pimpinan harus memiliki kapasitas tentang bagaimana memungkinkan semua bawahan untuk berfungsi, bekerja secara optimal, dan mampu melakukan unjuk kerja produktif. Jadi dalam suatu organisasi dapat dikatakan pula bahwa kepemimpinan adalah perilaku seseorang mempengaruhi bawahan untuk bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan berupa pelaksanaan tugas dan fungsi guna mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan.

Kajian ini membahas hasil penelitian tentang pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja karyawan suatu organisasi berdasarkan studi literatur ilmiah. Penelitian ini penting karena memberikan wawasan tentang bagaimana seseorang dapat melakukan tindakan kepemimpinan secara baik untuk mencapai tujuannya dan para bawahan mengikuti apa yang disampaikan pimpinan dan melakukan hal-hal positif untuk mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan keterkaitannya dengan karyawan yang di antara kinerja karyawan dan kinerja organisasi. Dalam kajian ini menggunakan beberapa artikel ilmiah dengan batasan kajian tentang pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja karyawan, meskipun dalam artikel ilmiah aslinya berisi hasil penelitian dalam 2, 3 dan 4 variabel.

## 2. DATA DAN METODOLOGI

Metodologi penelitian sebagaimana diungkap dalam artikel-artikel yang dikaji bahwa secara umum penelitian-penelitian tersebut menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode survei dengan angket untuk mengumpulkan data. Namun, terdapat sebuah riset menggunakan *library research* dengan analisis deskriptif kualitatif. Populasi dan sampel setiap penelitian beragam tergantung kepada beragam hal seperti lingkup penelitian.

## 3. HASIL PENELITIAN

Kupasan hasil penelitian berfokus pada pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja karyawan. Elvino Bonaparte do Rêgo, Wayan Gede Supartha, dan Ni Nyoman Kerti Yasa dalam Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Motivasi dan Kinerja Karyawan pada Direktorat Jendral Administrasi dan Keuangan, Kementerian Estatal Timor Leste dengan menggunakan *path analysis* bahwa kepemimpinan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Sylvia Mayang Sari dan Hapzi Ali dalam Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai Metode dengan pendekatan *library research* dan analisis deskriptif kualitatif bahwa kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja Pegawai di mana kepemimpinan memberikan kontribusi positif pada peningkatan kinerja pegawai.

Rifatun Nadhiyah dan Syahirul Alim dalam Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kediri dengan metode analisis regresi linier berganda bahwa variabel kepemimpinan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kediri. Maknanya bahwa kepemimpinan pada DISPENDUKCAPIL Kabupaten Kediri bisa memicu para anggota atau karyawannya untuk menaikkan tingkat kinerja mereka.

Faishal Bil Faqih, Faisal Marzuki, Kery Utami dalam Pengaruh Kepemimpinan, Beban Kerja, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT Jelajah Data Nusantara Jakarta dengan teknik analisis Partial Least Square bahwa kepemimpinan yang baik akan mendukung tingginya kinerja karyawan.

Sugianto Anfa, Andri Soemitra, dan Widya Nurjianti dalam Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dan Guru Pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Deli Serdang dengan analisis regresi linier berganda bahwa kepemimpinan secara parsial berpengaruh terhadap kinerja.

Moh. Khoiri dan Nurul Rahma Oktavia dalam riset Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan Badan Pengawas Pemilu Kota Administrasi Jakarta Selatan yang hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kepemimpinan terhadap kinerja karyawan Bawaslu Kota Administrasi Jakarta Selatan.

Dede Andi, Hafis Laksmna Nuraldy dan Imbron dalam riset dalam riset Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Megaprima di Jakarta dengan metode *explanatory research* bahwa kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Irna Iwah, Andi Irfan dan Jumaidah Jumaidah dalam Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Desa Di Kecamatan Tommo Kabupaten Mamuju dengan analisis regresi linear sederhana bahwa kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pegawai.

Hasil riset di atas menggambarkan secara parsial pengaruh langsung kepemimpinan terhadap kinerja karyawan. Pada sisi lain, juga terdapat riset-riset tentang pengaruh kepemimpinan dan variabel lain secara bersama terhadap kinerja karyawan. Rahayu Saputri dan Nur Rahmah Andayani dalam penelitian Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada *Production Departement* di PT Cladtek Bi-metal Manufacturing Batam dengan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel kepemimpinan dan variabel motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Agnes Febri Roman Putri Mendrofa, Donal Nababan, Mido Ester J. Sitorus, Rahmat Alyakin Dachi, dan Frida Lina Tarigan dalam Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Perawat di RS TK II Putri Hijau dengan sikap kerja sebagai *moderating variable* melalui analisis data secara univariat dan multivariat (regresi linear berganda) menyimpulkan bahwa kepemimpinan dan motivasi kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perawat.

Eko Sudarso dalam Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT ISS Indonesia Divisi *Cleaning Service* Jakarta Selatan dengan Analisis Regresi Linier Sederhana bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. ISS Indonesia Divisi *Cleaning Service* Penempatan di PT. Jakarta Land, Jakarta Selatan.

#### 4. PEMBAHASAN

Secara umum hasil-hasil analisis penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepemimpinan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, yang maknanya adalah semakin baik kepemimpinan maka kinerja karyawan akan meningkat. Para pemimpin harus dapat menggerakkan karyawan ke arah tujuan yang hendak dicapai. Kepemimpinan yang tepat, tentunya akan mendorong atau memotivasi karyawan berkinerja tinggi dan karyawan menjadi lebih produktif secara organisasi. Pemimpin yang sukses memimpin organisasinya dengan ditandai raihan tujuan-tujuan organisasi dengan baik bahkan melampaui yang diharapkan dan ditetapkan organisasi. Pandangan tentang organisasi sebagaimana disampaikan oleh Steppen P. Robbins bahwa organisasi adalah suatu unit (satuan) sosial yang dikoordinasikan dengan sadar, yang terdiri dari dua orang atau lebih, yang berfungsi atas dasar upaya yang relatif terus menerus untuk mencapai tujuan atau serangkaian tujuan bersama.

Secara komunitas, sebagaimana disampaikan oleh Gary A. Yukl bahwa kepemimpinan adalah proses mempengaruhi aktivitas kelompok yang terorganisir menuju pencapaian tujuan. Kepemimpinan adalah suatu interaksi antara orang-orang di mana seseorang menyajikan informasi tertentu dan sedemikian rupa sehingga orang lain menjadi yakin bahwa hasil sesuatu tujuan akan ditingkatkan jika ia berperilaku sesuai dengan cara yang



disarankan atau diinginkan seseorang tersebut. Kepemimpinan adalah pengaruh interpersonal, yang dilakukan dalam suatu situasi, dan diarahkan melalui proses komunikasi, menuju pencapaian tujuan atau tugas tertentu.

Frances Hesselbein dan Marshal Goldsmith mengemukakan bahwa kepemimpinan adalah seni yang memungkinkan (*enabling*). Kepemimpinan adalah suatu seni tertinggi, karena kepemimpinan memungkinkan semua seni dan profesi lainnya untuk berfungsi. Selanjutnya, Rich Karlgaard menyampaikan pemikiran Peter F Drucker tentang kepemimpinan bahwa pemimpin yang sukses senantiasa bertanya apa yang perlu dilakukannya, bukan apa yang ingin dilakukannya. Dari sini ia dapat melihat apa-apa saja yang tepat dilakukannya. Ia juga tidak menangani hal-hal yang ia tidak kuasai, namun ia memastikan bahwa hal-hal atau kebutuhan-kebutuhan lain tersebut dapat terlaksana oleh orang lain.

Kepemimpinan membutuhkan kemampuan manajemen yang baik terhadap karyawannya. Individu-individu karyawan termotivasi dan bersatu menjadi kekuatan bersama, membangun kinerja bersama, dan meraih tujuan yang hendak dicapai secara bersama. Secara individu dan secara kolektif, karyawan menjadi hal yang sangat berharga dan punya *added value* yang tinggi bagi organisasi. Kepemimpinan mampu memotivasi para karyawan berperilaku positif yang mendorong kepada kinerja tinggi yang berkontribusi terhadap pencapaian tujuan bersama atau tujuan organisasi secara optimal. Dalam *The Essential Drucker* bahwa manajemen keterkaitannya dengan dasar-dasar pengetahuan, pengetahuan diri, kebijaksanaan, dan kepemimpinan yang penting dalam praktik dan aplikasinya. Peter F. Drucker mengemukakan bahwa manajemen adalah tentang manusia, di mana tugasnya membuat orang-orang menjadi mampu untuk melakukan kinerja bersama, membuat kelebihan orang-orang tersebut menjadi efektif dan menjadikan kelemahannya tidak relevan. Pemimpin yang efektif menjadi katalisator komitmen terhadap organisasi dan berusaha merangsang kinerja yang tinggi (Jim Collins). Memimpin adalah melayani dan mengelola orang-orang, memberdayakan mereka, mengelola dan mengendalikan banyak hal (Frances Hesselbein dan Marshal Goldsmith). Pemimpin membuat gairah kerja karyawannya dan berdedikasi tinggi untuk perusahaan. Pada sisi lainnya tentunya pemimpin juga memberikan layanan kepada bawahannya seperti kebutuhan untuk pelaksanaan tugas-tugasnya, memberikan kepercayaan atas kemampuannya untuk melaksanakan suatu pekerjaan, memperhatikan perkembangan pekerjaannya, meminta pelaporan tugasnya, mengendalikan karyawan melaksanakan tugasnya dengan baik dengan beragam pendekatan, membangun komitmen karyawan untuk membangun organisasi, menciptakan iklim yang membuat karyawan berkinerja tinggi, dll.

Seseorang yang mungkin dipandang sebelumnya relatif meragukan dapat menjadi pemimpin yang efektif karena berbagai alasan. Orang-orang mungkin melihat seseorang hal seperti ini, atautkah seseorang bertanya terhadap dirinya tentang bagaimana menjadi pemimpin yang efektif. Seseorang dapat menjadi pemimpin yang efektif dengan suatu proses tertentu. Salah satu kuncinya untuk menjadi pemimpin yang efektif adalah belajar secara terus menerus dari pengalaman, lingkungan, fenomena, pihak lain, dll. Peter F Drucker telah melakukan penelitian selama puluhan tahun dan ia tidak pernah melihat seorang eksekutif atau pimpinan yang efektif dilahirkan secara alamiah (*natural born effective executive*). Menurutnya, hanya dengan proses belajar, belajar, dan belajar kemampuan seorang eksekutif dapat diasah menjadi pemimpin yang efektif. Jadi pemimpin yang efektif adalah sebuah kemampuan yang



dapat dipelajari dari proses belajar yang lama, dan bukan sesuatu yang dilahirkan secara alamiah.

Para pimpinan memiliki peran sangat vital sebagai bagian integral dalam menciptakan tim yang efektif. Steppen P. Robbins dan Mary Coulter menyampaikan bahwa tim itu bukanlah alat pendorong produktivitas otomatis, mungkin saja mengecewakan. Manajer harus dapat menciptakan iklim tim yang efektif. Hasil riset tentang tim menunjukkan gambaran tentang tim yang efektif yaitu tim memahami sasaran dengan jelas, anggota tim memiliki keterampilan relevan dengan kebutuhan, anggota tim saling percaya, berkomitmen bersama, berkomunikasi dengan baik, memiliki keterampilan negosiasi, mendapat dukungan kepemimpinan yang memadai, mendapat dukungan dari internal, dan mendapat dukungan dari eksternal.

Steppen P. Robbins bahwa Fiedler telah mengidentifikasi tiga dimensi sebagai faktor situasi utama yang menentukan efektivitas kepemimpinan yaitu hubungan pimpinan dan anggota (keyakinan, kepercayaan, rasa hormat, struktur tugas (tingkat prosedur penugasan terstruktur atau tidak), dan kewenangan jabatan (tingkat pengaruh pimpinan terhadap variabel kewenangan seperti mempekerjakan, memecat, menegakkan disiplin, mempromosikan, dan kenaikan gaji).

Kepemimpinan dengan kinerja karyawan tentunya merupakan mutlak dalam suatu organisasi. Pimpinan dan bawahannya di suatu organisasi memiliki hubungan erat dalam terwujudnya kinerja karyawan yang tinggi, pencapaian tujuan organisasi, kemajuan organisasi, dan hal-hal positif lainnya. Jadi betapa eratnya hubungan kepemimpinan suatu organisasi dengan kinerja karya sehingga pengelolaan kepemimpinan dan pengembangan kepemimpinan dalam suatu organisasi perlu mendapat perhatian penting dalam pengelolaan organisasi. Para pemimpin mampu mempraktikkan kepemimpinan secara baik dan efektif yang menciptakan karyawan berkinerja tinggi.

Sebagaimana dikemukakan Lowry (2002) dikutip oleh Ian Beardwell, Len Holden dan Tim Calydon bahwa pengelolaan kinerja karyawan biasanya dipandang sebagai fungsi penting dari tingkat manajerial. Secara sentral, hal ini menghubungkan sejumlah tema, termasuk sejauh mana organisasi telah mengidentifikasi tujuan strategis yang mencerminkan kebutuhan bisnis dan sejauh mana tujuan tersebut disampaikan kepada setiap karyawan. Lebih lanjut bahwa definisi umum menunjukkan bahwa manajemen kinerja melibatkan tinjauan formal dan sistematis tentang kemajuan dalam mencapai tujuan tersebut.

Jennifer M. George dan Gareth R. Jones bahwa manajer harus berupaya keras untuk memiliki kinerja kelompok pada level setinggi mungkin, yang dinamakan kinerja potensial kelompok. Kinerja potensial kelompok ini penting karena mencerminkan kapabilitas kelompok kerja. Agar organisasi dapat mencapai tujuannya, para manajer dan kelompok kerja perlu berusaha untuk memastikan bahwa kinerja aktual suatu kelompok sedekat mungkin dengan kinerja potensialnya. Para pimpinan (baik puncak maupun ditingkat bawahnya misalnya manajer) harus menggerakkan bawahan untuk mencapai tujuan organisasi dengan beragam tindakan pimpinan tersebut. Steppen P. Robbins bahwa manajer bertugas menyelesaikan urusan dan pekerjaan melalui orang lain. Mereka mengambil keputusan, mengalokasikan sumber daya, dan mengarahkan kegiatan orang lain untuk

mencapai tujuan organisasi.

Definisi kinerja karyawan mungkin beragam tergantung kepada maksud dari organisasinya. Secara umum kinerja karyawan dapat didefinisikan sebagai seberapa baik karyawan melaksanakan tugas dan tanggung jawab pekerjaannya. Organisasi melakukan penilaian kinerja karyawannya dalam periode waktu tertentu sesuai dengan kebutuhannya, misalnya penilaian kinerja tahunan, semesteran, triwulanan, atau ada kebutuhan tertentu. Penilaian kinerja karyawan memiliki tujuan-tujuan tertentu dan mungkin dalam bidang-bidang tertentu pula, tergantung maksud dari penilaian itu sendiri. Penilaian ini misalnya bermaksud untuk perbaikan kinerja dalam bidang tertentu, mendorong atau memotivasi karyawan untuk berkinerja lebih baik dan lebih bermutu, merefleksi dan menjadi sumber pembelajaran, pengembangan kapasitas SDM, mendorong motivasi bekerja baik individu maupun secara bersama (tim), meningkatkan produktivitas, meningkatkan keuntungan, meningkatkan efektivitas dan efisiensi, meningkatkan pencapaian tujuan, mungkin pula pengembangan organisasi, dst.

Oleh sebab itu, betapa pentingnya pengaruh kepemimpinan suatu organisasi yang dikaitkan dengan kinerja karyawan dalam pencapaian tujuan organisasi dan masa depan organisasi. Organisasi tentunya perlu memperhatikan hasil riset di atas untuk tujuan penerapan di organisasi.

## **5. KESIMPULAN**

Kesimpulannya bahwa kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja karyawan dalam suatu organisasi. Kepemimpinan di suatu organisasi yang mendorong dan memampukan karyawan untuk bekerja dan berkinerja tinggi sehingga akan memberikan dampak-dampak positif dalam pencapaian tujuan organisasi serta masa depan organisasi.

## **PUSTAKA**

- Andi, D., Nuraldy, H. L. dan Imbron. (2020). Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Megaprima, *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1).
- Anfa, S., Soemitra, A. dan Nurjianti, W. (2023). Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dan Guru Pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Deli Serdang, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03).
- Beardwell, I., Holden L., dan Calydon, T. (2004). *Human Resources Management A Contemporary Approach*, 4<sup>th</sup> Edition, Essex: Pearson Education Limited.
- Collins, J., (2001) *Good to Great*, New York: Harper Business.
- Drucker, P. F. (2005). *The Essential Drucker*, New York: Collins Business.
- Edersheim, E. H. (2014). *The Definitive Drucker* (Alih Bahasa Latifah Hanim), Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Faqih, F. B., Marzuki, F. dan Utami, K. (2021). Pengaruh Kepemimpinan, Beban Kerja, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT Jelajah Data Nusantara Jakarta, *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar Vol. 2*.
- George, J. M., and Jones, G. R. (2008) *Understanding and Managing Organizational Behavior*, 5<sup>th</sup> Edition, Upper Saddle Rivers, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hesselbein, F., dan Goldsmith, M. (2008). *The Leader of the Future*, Alih Bahasa Riant Nugroho dan Zaenal Asikin, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Iwah, I., Irfan, A., dan Jumaidah. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Desa Di Kecamatan Tommo Kabupaten Mamuju, *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 1(3).
- Karlgaard, R., dan Drucker, P. (2013). *On Leadership*, <https://www.forbes.com>.
- Khoiri, M., dan Oktavia, N. R. (2019). Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan Badan Pengawas Pemilu Kota Administrasi Jakarta Selatan, *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi*, 19(1).
- Litmos. (2024). *What Does Employee Performance Mean?*, <https://www.litmos.com>.
- Mendrofa, A. F. R. P., Nababan, D., Sitorus, M. E. J., Dachi, R. A., dan Tarigan, F. L. (2022). Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Perawat di RS TK II Putri Hijau, Universitas Sari Mutiara Indonesia. *PREPOTIF Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2).
- Mullins, L. J., (2005) *Management and Organizational Behavior*, 7<sup>th</sup> Edition, Essex: Pearson Education Limited.
- Nadhiyah, R., dan Alim, S. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kediri, *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(4).
- Rêgo, E. B., Supartha, W. G. dan Yasa, N. N. K. (2017). Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Motivasi dan Kinerja Karyawan pada Direktorat Jenderal Administrasi dan Keuangan, Kementerian Estatal Timor Leste, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana: *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6(11).
- Robbins, S. P. (1991) *Organizational Behavior, Concepts, Controversies and Application*, 5<sup>th</sup> Edition, New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Robbins, S. P. (2003). *Perilaku Organisasi*, Edisi Kesepuluh, (Alih Bahasa Tim Indeks), Jakarta: PT. Indeks.
- Robbins, S. P. (2007). *Perilaku Organisasi* (Alih Bahasa Drs. Benyamin Molan), Jakarta: PT. Indeks.
- Robins, S. P., dan Coulter, M. (2007). *Manajemen*, Edisi 8 Jilid 2 (Alih Bahasa Harry Slamet dan Ernawati Lestari), Jakarta: PT. Indeks.
- Saputri, R., dan Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Departemen Production di PT Cladtek Bi-metal Manufacturing Batam, Prodi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration* 2(2).
- Sari, S. M., dan Ali, H. (2024). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai, *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*.
- Sudarso, E., (2024). Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT ISS Indonesia Divisi Cleaning Service Jakarta Selatan, *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS* 14(1).
- WELLCODE.IO TEAM. (2020). *Effective executive by Peter Drucker*, <https://insight.wellcode.io>.
- Yukl, G. A., (1989). *Leadership in Organizations, Second Edition*, New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.