

Pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, dan Kinerja Karyawan Terhadap Peningkatan Profitabilitas Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening di PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia

Arum Rachmanti¹, Agus Sudigdo²

Universitas IPWIJA, Indonesia

Email: rachmanti31@gmail.com, agus.sudigdo@gmail.com

Abstrak

PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia merupakan salah satu produsen dan pedagang logam mulia terkemuka di Indonesia. Meskipun harga emas dunia mengalami fluktuasi, perusahaan tetap mampu mencatat peningkatan volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan terhadap profitabilitas perusahaan, dengan volume penjualan berperan sebagai variabel mediasi. Metode kuantitatif digunakan dengan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS, melibatkan 90 responden internal serta data sekunder sebagai pendukung. Instrumen penelitian telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas, dengan nilai AVE $\geq 0,5$, Composite Reliability $\geq 0,7$, dan HTMT $< 0,90$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, namun tidak berpengaruh langsung terhadap profitabilitas. Volume penjualan terbukti memediasi hubungan ketiga variabel tersebut dengan profitabilitas secara signifikan, menandakan bahwa peningkatan profitabilitas hanya dapat dicapai apabila strategi pemasaran, dukungan kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan berhasil meningkatkan volume penjualan. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia untuk fokus pada pengembangan strategi pemasaran, pemanfaatan kebijakan pemerintah secara optimal, dan peningkatan kompetensi karyawan guna mendorong penjualan, yang pada akhirnya meningkatkan profitabilitas perusahaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kebijakan Pemerintah, Kinerja Karyawan, Profitabilitas Perusahaan, PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia, Strategi Pemasaran, Volume Penjualan..

Abstract

PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia is one of the leading precious metal producers and traders in Indonesia. Despite the fluctuations in world gold prices, the company was still able to record an increase in sales volume. This study aims to analyze the influence of marketing strategies, government policies, and employee performance on company profitability, with sales volume acting as a mediating variable. The quantitative method was used with a Structural Equation Modeling approach based on Partial Least Squares (SEM-PLS) using SmartPLS, involving 90 internal respondents as well as secondary data as support. The research instrument has met the validity and reliability requirements, with AVE values $\geq 0,5$, Composite Reliability $\geq 0,7$, and HTMT $< 0,90$. The results show that marketing strategies, government policies, and employee performance have a positive and significant influence on sales volume, but do not have a direct effect on profitability. Sales volume has been shown to mediate the relationship between these three variables and profitability significantly, indicating that increased profitability can only be achieved if marketing strategies, government policy support, and employee performance succeed in increasing sales volume. These findings provide practical implications for the management of PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia to focus on strengthening marketing strategies, optimally utilizing government policies, and improving employee competencies to drive sales, which ultimately increases the company's profitability in a sustainable manner.

Keywords: Employee Performance, Government Policy, Marketing Strategy, Company Profitability, PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia, Sales Volume..

Pendahuluan

PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia merupakan satu-satunya pemurni emas dan perak di Indonesia yang terakreditasi London Bullion Market Association (LBMA), sehingga memiliki peran strategis dalam memastikan standar kualitas dan daya saing global produk logam mulia (Milanka Lestari & Sofia Yanti, 2023; Paryanti & Rasmansyah, 2020; Pratiwi, 2020; Soraya et al., 2022). Sebagai unit bisnis dari PT Aneka Tambang Tbk yang merupakan perusahaan BUMN, PT ANTAM UBPP Logam Mulia mengelola seluruh rantai nilai logam mulia mulai dari pemurnian hingga distribusi produk jadi kepada konsumen akhir. Kinerja perusahaan periode 2018–2024 menunjukkan pertumbuhan yang positif dan dinamis. Berdasarkan data internal perusahaan, volume penjualan mengalami peningkatan dari 32,45 ton pada tahun 2018 menjadi 42,82 ton pada tahun 2024, atau tumbuh sebesar 31,97% dalam periode tujuh tahun. Pendapatan perusahaan juga mengalami kenaikan signifikan, dari Rp 18,2 triliun pada 2018 menjadi Rp 34,7 triliun pada 2024, mencerminkan pertumbuhan rata-rata sebesar 11,3% per tahun. Rasio profitabilitas perusahaan turut menunjukkan perbaikan, dengan Return on Assets (ROA) meningkat dari 8,4% pada 2018 menjadi 12,6% pada 2024, sementara Return on Equity (ROE) meningkat dari 10,2% menjadi 15,8% pada periode yang sama. Namun demikian, pencapaian ini tidak linear, karena pada beberapa tahun tertentu, khususnya tahun 2020 dan 2022, terjadi fluktuasi yang cukup signifikan akibat gejolak harga emas dunia, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta dinamika kebijakan fiskal dan perdagangan internasional (Giawa, 2021; NABABAN, 2022; Sari & Hendri, 2022).

Konteks industri logam mulia global menunjukkan persaingan yang semakin ketat dengan lebih dari 150 refinery emas terakreditasi LBMA di seluruh dunia, termasuk dari negara-negara seperti Swiss, Uni Emirat Arab, China, dan India yang memiliki kapasitas produksi dan jaringan distribusi yang sangat kuat (World Gold Council, 2023). Permintaan emas global mengalami penurunan sebesar 3,2% pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya, terutama akibat kebijakan pengetatan moneter oleh bank sentral utama yang meningkatkan suku bunga dan mengurangi daya tarik emas sebagai aset safe haven (Metals Focus, 2024). Di sisi lain, biaya produksi pemurnian emas meningkat rata-rata 7,5% per tahun dalam lima tahun terakhir akibat kenaikan harga energi, biaya tenaga kerja, dan compliance terhadap standar lingkungan yang semakin ketat (OECD, 2022). Dalam konteks Indonesia, data Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa nilai ekspor emas Indonesia mengalami fluktuasi, dengan ekspor emas batangan turun 12,4% pada tahun 2023 dibandingkan tahun 2022, sementara impor bahan baku logam mulia justru naik 8,6%, yang mencerminkan tekanan pada rantai pasokan domestik. Ditambah lagi, regulasi perdagangan logam mulia di Indonesia yang dinamis, termasuk perubahan tarif bea masuk, pajak pertambahan nilai, serta kebijakan restriksi ekspor pada periode tertentu, turut memengaruhi stabilitas operasional dan profitabilitas perusahaan di sektor ini.

Dalam konteks teoritis dan empiris, literatur manajemen strategis menegaskan bahwa profitabilitas perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh interaksi kompleks antara strategi internal dan kondisi eksternal (Porter, 2020; Barney & Hesterly, 2021). Strategi pemasaran, sebagai salah satu pilar utama dalam

**Pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, Dan Kinerja Karyawan Terhadap
Peningkatan Profitabilitas Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening
di PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia**

menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun keunggulan kompetitif, telah terbukti dalam berbagai studi menjadi determinan kunci dalam meningkatkan volume penjualan dan pada gilirannya profitabilitas (Kotler & Keller, 2022). Namun, dalam industri logam mulia yang sangat dipengaruhi oleh regulasi, strategi pemasaran tidak dapat bekerja secara independen tanpa dukungan kebijakan pemerintah yang kondusif, termasuk kebijakan perpajakan, perdagangan, dan pengelolaan sumber daya alam (Stiglitz, 2021). Di sisi lain, kinerja karyawan, yang mencerminkan produktivitas, efisiensi, dan inovasi dalam pelaksanaan tugas, juga menjadi faktor internal yang sangat penting dalam mendukung pencapaian target operasional dan penjualan perusahaan (Armstrong & Taylor, 2020). Oleh karena itu, memahami bagaimana ketiga faktor ini—strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan—berkontribusi terhadap profitabilitas PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia, baik secara langsung maupun melalui mekanisme mediasi volume penjualan, menjadi sangat relevan dan strategis dalam konteks penelitian ini.

Berdasarkan tinjauan literatur, ditemukan kesenjangan penelitian karena mayoritas studi sebelumnya berfokus pada sektor manufaktur, ritel, atau perbankan (Listyarsa, 2005; Lifchatullaillah et al., 2024; Oey & Alamsyah, 2020), sehingga kajian di industri logam mulia seperti PT ANTAM UBPP Logam Mulia menjadi sangat terbatas. Padahal, industri ini memiliki karakteristik unik seperti volatilitas harga komoditas global dan standar kualitas LBMA. Selain itu, penelitian terdahulu juga belum mengkaji secara memadai peran mediasi volume penjualan, padahal penelitian Rahmanita (2017) dan Nurhasan (2022) telah membuktikan peran pentingnya dalam menjelaskan konversi aktivitas strategis menjadi hasil finansial pada industri lain.

Kesenjangan lain adalah terbatasnya penelitian mengenai dampak kebijakan pemerintah secara komprehensif, dimana Wirajaya dan Giantari (2023) hanya membahas dampak kebijakan penyetopan ekspor. Sementara itu, studi tentang kinerja karyawan dalam konteks pertambangan dan pengolahan logam mulia juga masih minim, berbeda dengan sektor ritel yang telah diteliti Fanggidae (2015). Lebih lanjut, penelitian terkait perusahaan BUMN dengan karakteristik khusus seperti struktur kepemilikan negara dan tata kelola korporat juga masih terbatas, meskipun Haderianor et al. (2022) telah menemukan bahwa intervensi pemerintah berpengaruh terhadap kinerja keuangan BUMN.

Penelitian ini memberikan kebaruan sebagai studi pertama yang menganalisis pengaruh simultan strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan terhadap profitabilitas melalui mediasi volume penjualan pada industri logam mulia. Pendekatan mixed-method yang mengintegrasikan data primer dan sekunder laporan keuangan 2018-2024 memberikan validasi empiris yang lebih kuat, sementara pengembangan model struktural berbasis SEM-PLS secara spesifik menguji peran mediasi volume penjualan yang belum pernah dilakukan dalam konteks perusahaan BUMN sektor logam mulia.

Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut guna memberikan wawasan strategis bagi manajemen dalam

meningkatkan daya saing dan profitabilitas. Secara teoretis, studi ini diharapkan dapat memperkaya literatur manajemen strategis terkait model mediasi volume penjualan pada industri berbasis komoditas. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi panduan konkret dalam merumuskan kebijakan pemasaran, mengoptimalkan kinerja SDM, dan merespons dinamika regulasi pemerintah, sekaligus menjadi referensi bagi BUMN pertambangan lainnya dalam mengembangkan strategi bisnis berkelanjutan.

Metode

Penelitian dilakukan di PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia, dengan waktu penelitian meliputi proses penyusunan proposal, pengumpulan data melalui kuesioner, analisis data, hingga penyusunan laporan akhir. Periode pelaksanaan merujuk pada jadwal penelitian yang telah ditetapkan dalam tesis. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung (mediasi) antara variabel strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, kinerja karyawan, volume penjualan, dan profitabilitas.

Penelitian ini menggunakan lima variabel utama. Strategi Pemasaran (X1) didefinisikan sebagai logika perusahaan dalam menciptakan nilai dan membangun hubungan menguntungkan dengan pelanggan, yang diukur melalui indikator segmentasi, targeting, positioning, serta bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, dan promosi). Kebijakan Pemerintah (X2) mencakup regulasi perpajakan, kebijakan perdagangan dan ekspor–impor, kebijakan lingkungan dan SDA, serta sinergi BUMN yang memengaruhi aktivitas operasional perusahaan. Kinerja Karyawan (X3) menggambarkan kualitas dan kuantitas hasil kerja karyawan melalui indikator produktivitas, efisiensi kerja, inovasi, serta kontribusi terhadap penjualan dan layanan pelanggan. Volume Penjualan (Z) diukur dari jumlah unit terjual, total pendapatan, tingkat pertumbuhan penjualan, dan jumlah pelanggan sebagai cerminan keberhasilan pemasaran dan kinerja operasional. Profitabilitas Perusahaan (Y) menggambarkan kemampuan menghasilkan laba melalui indikator ROA, ROE, Gross Profit Margin, dan Net Profit Margin. Semua variabel menggunakan skala Likert 1–5 dan indikatornya telah disusun untuk mengukur hubungan antar variabel secara kuantitatif dalam model penelitian.

Populasi adalah seluruh karyawan relevan di PT ANTAM UBPP Logam Mulia. Sampel sebanyak 90 responden diperoleh menggunakan purposive sampling, yaitu memilih responden yang memiliki kompetensi dan hubungan langsung dengan aktivitas pemasaran, operasional, logistik, dan pengolahan. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Google Form atau cetak. Data sekunder diperoleh dari laporan tahunan, laporan volume penjualan, laporan keuangan, dan dokumen internal PT ANTAM UBPP LM untuk mendukung analisis kuantitatif.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan seluruh indikator variabel yang diukur menggunakan skala Likert 1–5. Untuk memastikan kualitas data, dilakukan pengujian model pengukuran (outer model) melalui SmartPLS dengan hasil sebagai berikut:

**Pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, Dan Kinerja Karyawan Terhadap
Peningkatan Profitabilitas Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening
di PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia**

Kriteria Uji Instrumen (Outer Model)

1. Outer Loading $\geq 0,70$: Indikator yang memiliki nilai loading di bawah 0,70 dieliminasi untuk menjaga validitas konvergen.
2. Average Variance Extracted ($AVE \geq 0,50$) : Setiap variabel dinyatakan valid secara konvergen apabila AVE memenuhi batas minimal 0,50.
3. Composite Reliability ($CR \geq 0,70$) : Reliabilitas konstruk terpenuhi ketika nilai CR berada di atas 0,70 dan menunjukkan konsistensi internal antarindikator.
4. Cronbach's Alpha $\geq 0,70$: Digunakan sebagai pengujian tambahan untuk memastikan stabilitas reliabilitas setiap konstruk.
5. Discriminant Validity($HTMT < 0,90$) : Konstruk dinyatakan valid secara diskriminan apabila nilai HTMT berada di bawah 0,90.
6. Fornell–Larcker Criterion : Nilai akar AVE pada setiap konstruk harus lebih tinggi dibandingkan korelasi antarvariabel lainnya.

Instrumen yang memenuhi seluruh kriteria tersebut dinyatakan layak dan dapat dilanjutkan pada tahap analisis model struktural.

Pengujian instrumen dilakukan menggunakan SEM-PLS melalui SmartPLS dimulai dari evaluasi outer model untuk memastikan validitas dan reliabilitas indikator. Validitas konvergen dinilai melalui outer loading $\geq 0,70$ serta $AVE \geq 0,50$, yang menunjukkan bahwa indikator mampu menjelaskan variabel laten secara memadai. Reliabilitas konstruk diperkuat melalui Composite Reliability ($CR \geq 0,70$) dan Cronbach's Alpha ($\geq 0,70$) yang memastikan konsistensi internal antarindikator. Validitas diskriminan diuji menggunakan $HTMT < 0,90$ dan kriteria Fornell–Larcker, di mana nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antarvariabel. Seluruh kriteria ini memastikan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel. Pengujian inner model dilakukan untuk menilai kekuatan hubungan antarvariabel dalam model. Kualitas prediktif model dilihat melalui R-square, dengan kategori 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah). Kontribusi masing-masing variabel terhadap konstruk lainnya diukur dengan F-square, yaitu 0,35 (besar), 0,15 (sedang), dan 0,02 (kecil). Uji multikolinearitas menggunakan $VIF < 5$, menunjukkan tidak adanya masalah tumpang tindih antar variabel bebas. Kesesuaian model dievaluasi melalui $SRMR < 0,08$, yang menunjukkan model memiliki kecocokan yang baik. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping, di mana hubungan dinyatakan signifikan apabila memenuhi $t\text{-statistic} \geq 1,96$ dan $p\text{-value} < 0,05$, termasuk untuk menguji efek mediasi pada jalur tidak langsung.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan terhadap profitabilitas perusahaan, dengan volume penjualan sebagai variabel mediasi pada PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan dua jenis data:

- 1) Data primer, diperoleh melalui kuesioner untuk menangkap persepsi responden terhadap variabel penelitian;

- 2) Data sekunder, berupa laporan keuangan dan data volume penjualan untuk menilai kondisi profitabilitas perusahaan.

Data primer dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) melalui SmartPLS, sedangkan data sekunder dianalisis secara deskriptif untuk melihat perkembangan penjualan dan kinerja keuangan selama tujuh tahun terakhir. Overview of the Research Object

Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan aktif PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia yang bekerja pada bagian administrasi, pemasaran, dan operasional pendukung di unit pemurnian. Dari total 616 tenaga kerja, hanya 247 karyawan aktif yang relevan dengan proses bisnis dimasukkan sebagai populasi, sementara 369 tenaga kerja outsourcing produksi tidak disertakan. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan 10%, menghasilkan jumlah sampel ideal sebanyak 90 responden. Sampel ini berhasil terpenuhi melalui pemilihan acak, sehingga dapat mewakili karakteristik populasi berdasarkan jabatan, pengalaman kerja, serta keterlibatan dalam strategi pemasaran, implementasi kebijakan, dan penilaian kinerja. Distribusi responden terdiri dari 37 karyawan operasional, 19 pemasaran, 13 Human Capital & Supporting, dan 21 dari Corporate Finance & ICT. Dari sisi masa kerja, 22 responden memiliki pengalaman 1–5 tahun, 27 responden memiliki pengalaman 5–10 tahun, 27 responden memiliki pengalaman 10–15 tahun, dan 14 responden telah bekerja lebih dari 15 tahun. Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori pengalaman menengah (5–15 tahun), sehingga memiliki pemahaman kuat mengenai proses dan dinamika perusahaan.

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil pengukuran profitabilitas menunjukkan bahwa seluruh indikator—ROA, ROE, Gross Profit Margin, dan Net Profit Margin—memiliki nilai rata-rata tinggi (4,14–4,50) dengan persepsi responden yang homogen, ditunjukkan oleh standar deviasi yang rendah. Variabel strategi pemasaran juga dinilai tinggi (mean 4,381), meskipun terdapat sedikit perbedaan persepsi pada sebagian kecil responden. Kebijakan pemerintah memperoleh rata-rata positif (4,053) dengan variasi penilaian yang lebih besar, sementara kinerja karyawan memiliki konsistensi paling kuat (mean 4,317; SD terendah). Volume penjualan sebagai variabel mediasi juga menunjukkan rata-rata tinggi (4,378) dan persepsi yang seragam, menegaskan perannya dalam menghubungkan variabel strategis dan operasional dengan profitabilitas perusahaan. Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia telah menerapkan strategi pemasaran, kebijakan yang mendukung, serta kinerja operasional yang efektif sehingga mampu mendorong peningkatan volume penjualan dan profitabilitas perusahaan.

Analisis Data Kuantitatif

**Pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, Dan Kinerja Karyawan Terhadap
Peningkatan Profitabilitas Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening
di PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia**

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) melalui SmartPLS 4. Metode ini dipilih karena efektif untuk model struktural yang kompleks, ukuran sampel relatif kecil, serta data yang tidak berdistribusi normal. Sesuai Hair et al. (2021), PLS-SEM sesuai untuk penelitian eksploratif dan prediktif, sementara Chin (1998) menegaskan bahwa PLS memiliki fleksibilitas tinggi dalam pengembangan teori serta mampu mengatasi multikolinearitas dan ketidaknormalan data

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Table 1. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variable	Measurement Item	Outer loadings	Cronbach's alpha	Composite reliability	AVE
X1. Marketing Strategy	X1.5	0.776	0.735	0.746	0.65
	X1.6	0.792			3
	X1.7	0.854			
X2.Goverment policy	X2.1	0.846	0.788	0.806	0.61
	X2.2	0.718			0
	X2.3	0.776			
	X2.4	0.779			
X3. Employee Performance	X3.1	0.799	0.808	0.827	0.63
	X3.2	0.751			0
	X3.3	0.815			
	X3.4	0.809			
Z1. Sales Volume	Z1	0.726	0.749	0.750	0.57
	Z2	0.745			1
	Z3	0.762			
	Z4	0.788			
Y1. Corporate Profitability	Y1	0.779	0.765	0.781	0.58
	Y2	0.787			2
	Y3	0.722			
	Y4	0.763			

Sumber: Output SmartPLS (Data diolah, 2025)

Hasil pengujuran menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Semua indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70, sementara nilai AVE berada di atas 0,50, menandakan kemampuan indikator dalam menjelaskan konstruknya. Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha pada seluruh variabel juga berada di atas batas minimum 0,70, sehingga masing-masing konstruk dinyatakan reliabel. Dengan demikian, seluruh variabel—strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, kinerja karyawan, volume penjualan, dan profitabilitas—telah terbukti valid dan konsisten sehingga model layak dilanjutkan ke tahap analisis struktural

1. Fornell-Larcker Kriteria

Table 2. Hasil Fornell-Larckers

	Kebijakan Pemerintah	Kinerja Karyawan	Profitabilitas Perusahaan	Strategi Pemasaran	Volume Penjualan
Kebijakan Pemerintah	0.781				
Kinerja Karyawan	0.407	0.794			
Profitabilitas Perusahaan	0.416	0.555	0.763		
Strategi Pemasaran	0.440	0.469	0.383	0.808	
Volume Penjualan	0.585	0.699	0.689	0.597	0.756

Sumber: Output SmartPLS (Data diolah, 2025)

Hasil uji Fornell-Larcker menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi dengan konstruk lainnya. Hal ini berarti seluruh variabel bersifat berbeda satu sama lain dan tidak terjadi tumpang tindih, sehingga model telah memenuhi validitas diskriminan dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian model struktural.

2. Heteritrait- Monotrait Ratio (HTMT)

Table 3. Hasil Uji HTMT's

	Kebijakan Pemerintah	Kinerja Karyawan	Profitabilitas Perusahaan	Strategi Pemasaran	Volume Penjualan
Kebijakan Pemerintah					
Kinerja Karyawan	0.493				
Profitabilitas Perusahaan	0.502	0.668			
Strategi Pemasaran	0.565	0.585	0.503		
Volume Penjualan	0.747	0.858	0.884	0.799	

Source: SmartPLS Output (Processed Data, 2025)

Hasil HTMT menunjukkan bahwa seluruh nilai antar konstruk berada di bawah batas maksimum 0,90, sehingga tidak terdapat masalah validitas diskriminan. Nilai HTMT berada pada rentang 0,493 hingga 0,884, yang berarti setiap konstruk bersifat unik dan tidak saling tumpang tindih. Dengan demikian, seluruh variabel dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang memadai dan model layak dilanjutkan ke tahap pengujian struktural.

3. Cross Loadings

Hasil analisis cross-loading menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang seharusnya diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Indikator pada variabel Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, Kinerja Karyawan, Volume Penjualan, dan Profitabilitas semuanya menunjukkan pola yang sama, yaitu loading tertinggi berada pada konstruk masing-masing. Hal ini membuktikan bahwa setiap indikator benar-benar mewakili variabelnya sendiri dan tidak terjadi

**Pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, Dan Kinerja Karyawan Terhadap
Peningkatan Profitabilitas Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening
di PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia**

tumpang tindih antar konstruk. Dengan demikian, seluruh indikator memenuhi validitas diskriminan dan model pengukuran dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian struktural.

Evaluation Model Pengukuran (Inner Model)

1. Uji Multikolinearitas (Inner VIF)

Hasil uji multikolinearitas melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa seluruh jalur struktural memiliki nilai VIF yang rendah, yaitu berada jauh di bawah batas maksimum 5. Nilai VIF seperti Kebijakan Pemerintah → Profitabilitas (1,551), Kinerja Karyawan → Profitabilitas (1,973), Strategi Pemasaran → Penjualan (1,581), dan Volume Penjualan → Profitabilitas (1,432) mengonfirmasi bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel. Artinya, setiap variabel independen dan intervening memberikan kontribusi yang unik tanpa saling tumpang tindih, sehingga model struktural dinyatakan stabil dan layak untuk dilanjutkan pada analisis berikutnya

2. Koefisien Determinasi (Adjusted R-Square)

Table 4. Hasil Uji R-Square:

Variable	R ²	Adjusted R ²
Corporate Profitability	0.488	0.464
Sales Volume	0.643	0.631

Nilai R² untuk Profitabilitas Perusahaan adalah 0,488, yang berarti model mampu menjelaskan sekitar 48,8% varians profitabilitas dan termasuk kategori moderat menurut Chin (1998). Sementara itu, nilai R² untuk Volume Penjualan sebesar 0,643, menunjukkan kekuatan prediktif yang kuat, sehingga variabel-variabel independen berhasil menjelaskan variabel mediasi dengan baik.

3. Uji Besarab Pengaruh (f²)

Table 5. Hasil Uji F Square :

Variabel	f ²
Strategi Pemasaran -> Volume Penjualan	0.001
Kebijakan Pemerintah -> Volume Penjualan	0.171
Kinerja Karyawan -> Volume Penjualan	0.022
Strategi Pemasaran -> Profitabilitas Perusahaan	0.440
Kebijakan Pemerintah -> Profitabilitas Perusahaan	0.004
Kinerja Karyawan -> Profitabilitas Perusahaan	0.128
Volume Penjualan -> Profitabilitas Perusahaan	0.255

Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung melalui Volume Penjualan lebih kuat dibandingkan pengaruh langsung variabel eksogen terhadap Profitabilitas. Kinerja Karyawan memiliki pengaruh besar terhadap Volume Penjualan ($f^2 = 0,440$), sedangkan Kebijakan Pemerintah dan Strategi Pemasaran memberikan pengaruh sedang dan mendekati sedang (masing-masing 0,171 dan 0,128). Pengaruh Volume Penjualan terhadap Profitabilitas juga termasuk sedang ($f^2 = 0,255$), menegaskan perannya sebagai variabel mediasi utama dalam model.

4. Kelayakan Model (SRMR)

Table 6. Hasil Uji SRMR:

Model Type	SRMR
Saturated Model	0.093
Estimated Model	0.093

Nilai SRMR sebesar 0,093 berada dalam batas yang dapat diterima. Berdasarkan Henseler et al. (2014), $\text{SRMR} < 0,08$ menunjukkan model yang sangat baik, sedangkan nilai antara 0,08–0,10 masih dianggap layak untuk model eksploratori. Meskipun nilai SRMR tidak berada pada kategori ideal, model ini tetap dinilai memadai dan dapat digunakan untuk analisis lanjutan, terutama untuk model yang kompleks seperti penelitian ini.

Analisis Kuantitatif Sekunder

Analisis data kuantitatif sekunder PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia periode 2018–2024 menunjukkan bahwa volume penjualan dan pendapatan mengalami fluktuasi, namun pulih signifikan pada 2024, dengan volume mencapai 42,82 ton dan pendapatan meningkat tajam. Profitabilitas juga menunjukkan peningkatan kuat, ditandai oleh kenaikan EBT, ROA, dan ROE yang mencerminkan efisiensi pemanfaatan aset dan modal, serta perbaikan GPM dan NPM. Produktivitas karyawan turut meningkat, terutama pada 2024, menunjukkan kontribusi besar SDM terhadap kinerja operasional. Hasil ini konsisten dengan temuan data primer SmartPLS, di mana strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan tidak berpengaruh langsung terhadap profitabilitas, tetapi berpengaruh signifikan secara tidak langsung melalui volume penjualan. Dengan demikian, volume penjualan menjadi faktor kunci yang menghubungkan strategi dan operasional perusahaan dengan pencapaian profitabilitas PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan setelah model pengukuran dan model struktural dinyatakan layak. Dalam PLS-SEM, pengujian dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping untuk menilai signifikansi koefisien jalur berdasarkan nilai t-statistic ($\geq 1,96$) dan p-value ($\leq 0,05$). Melalui pengujian ini, dapat diketahui apakah variabel Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, dan Kinerja Karyawan berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap Volume Penjualan dan Profitabilitas Perusahaan, sehingga hubungan kausal dalam model dapat disimpulkan dengan tepat.

Table 7. Hasil Pengujian Hipotesis

No	Relationships	Effect	β	t-statistics	p-values	Test results
H-1	Strategi Pemasaran -> Volume Penjualan	Direct	0.257	2.899	0.004	Support
H-2	Kebijakan Pemerintah -> Volume Penjualan	Direct	0.287	3.548	0.000	Support
H-3	Kinerja Karyawan -> Volume Penjualan	Direct	0.465	4.970	0.000	Support

**Pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, Dan Kinerja Karyawan Terhadap
Peningkatan Profitabilitas Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening
di PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia**

No	Relationships	Effect	β	t-statistics	p-values	Test results
H-4	Strategi Pemasaran -> Profitabilitas Perusahaan	Direct	(0.057)	0.663	0.508	<i>Non-Support</i>
H-5	Kebijakan Pemerintah -> Profitabilitas Perusahaan	Direct	0.028	0.268	0.789	<i>Non-Support</i>
H-6	Kinerja Karyawan -> Profitabilitas Perusahaan	Direct	0.143	1.133	0.257	<i>Non-Support</i>
H-7	Volume Penjualan -> Profitabilitas Perusahaan	Direct	0.617	4.821	0.000	<i>Support</i>
H-8	Strategi Pemasaran -> Volume Penjualan -> Profitabilitas Perusahaan	Intervening	0.156	2.683	0.007	<i>Support</i>
H-9	Kebijakan Pemerintah -> Volume Penjualan -> Profitabilitas Perusahaan	Intervening	0.176	2.800	0.005	<i>Support</i>
H-10	Kinerja Karyawan -> Volume Penjualan -> Profitabilitas Perusahaan	Intervening	0.290	3.029	0.002	<i>Support</i>

Sumber: Output SmartPLS (Data diolah, 2025)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, dan Kinerja Karyawan tidak berpengaruh langsung terhadap Profitabilitas karena nilai p masing-masing di atas 0,05. Namun, ketiganya berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Volume Penjualan ($\beta = 0,257$; $p = 0,004$), Kebijakan Pemerintah berpengaruh signifikan ($\beta = 0,287$; $p = 0,000$), dan Kinerja Karyawan memiliki pengaruh terbesar terhadap Volume Penjualan ($\beta = 0,465$; $p = 0,000$). Volume Penjualan sendiri terbukti menjadi prediktor signifikan terhadap Profitabilitas ($\beta = 0,617$; $p = 0,000$).

Selain itu, Volume Penjualan terbukti memediasi secara signifikan pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, dan Kinerja Karyawan terhadap Profitabilitas, masing-masing dengan $\beta = 0,156$ ($p = 0,007$), $\beta = 0,176$ ($p = 0,005$), dan $\beta = 0,290$ ($p = 0,002$). Temuan ini menegaskan bahwa meskipun tidak ada pengaruh langsung terhadap Profitabilitas, ketiga variabel strategis tersebut dapat meningkatkan profitabilitas melalui peningkatan Volume Penjualan sebagai variabel mediasi utama

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan sama-sama terbukti berpengaruh signifikan dalam meningkatkan volume penjualan, baik berdasarkan data primer maupun sekunder. Strategi pemasaran yang efektif, kebijakan pemerintah yang mendukung, serta kinerja karyawan yang produktif masing-masing berkontribusi terhadap kenaikan penjualan emas ANTAM. Namun, ketiga variabel tersebut tidak menunjukkan pengaruh langsung terhadap profitabilitas perusahaan, yang berarti aktivitas pemasaran, regulasi, maupun kinerja

SDM belum mampu meningkatkan laba tanpa didahului peningkatan volume penjualan. Sebaliknya, volume penjualan terbukti memiliki pengaruh langsung dan kuat terhadap profitabilitas, serta berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh ketiga variabel lainnya terhadap profit. Dengan demikian, peningkatan profitabilitas PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia terutama dicapai melalui optimalisasi volume penjualan, yang menjadi saluran utama bagi strategi perusahaan untuk menghasilkan dampak finansial.

Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia harus dimulai dengan strategi yang mampu mendorong kenaikan volume penjualan. Manajemen perlu memperkuat strategi pemasaran melalui digitalisasi, program loyalitas, dan penciptaan nilai yang berfokus pada edukasi investasi serta pengalaman pelanggan. Perusahaan juga harus lebih proaktif dalam merespons perubahan kebijakan pemerintah dengan memperkuat fungsi hubungan kelembagaan dan memanfaatkan peluang regulasi, seperti kelonggaran bea ekspor atau insentif fiskal. Di sisi internal, peningkatan kinerja karyawan perlu diarahkan pada kontribusi terhadap penjualan melalui pelatihan lintas fungsi, budaya inovasi, dan insentif berbasis pencapaian volume penjualan. Selain itu, volume penjualan harus dijadikan indikator strategis utama yang terintegrasi dalam sistem monitoring dan Balanced Scorecard agar seluruh unit kerja fokus pada peningkatan penjualan yang berkelanjutan. Dengan pendekatan tersebut, perusahaan dapat memastikan bahwa seluruh strategi pemasaran, kebijakan pemerintah, dan kinerja karyawan secara efektif terkonversi menjadi peningkatan profitabilitas.

Kesimpulan

Hasil analisis struktural menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, dan Kinerja Karyawan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (H1–H3), menegaskan bahwa aktivitas pemasaran yang tepat, dukungan regulasi, serta kinerja SDM yang baik mampu meningkatkan penjualan logam mulia. Namun, ketiga variabel tersebut tidak berpengaruh langsung terhadap Profitabilitas (H4–H6), sehingga peningkatan laba hanya dapat dicapai jika strategi dan kebijakan tersebut terlebih dahulu meningkatkan volume penjualan. Sebaliknya, Volume Penjualan terbukti berpengaruh kuat terhadap Profitabilitas (H7) dan menjadi mediator signifikan yang menjembatani pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, dan Kinerja Karyawan terhadap Profitabilitas (H8–H10). Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa profitabilitas perusahaan terutama ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan sebagai jalur utama yang menghubungkan faktor strategis dan operasional dengan kinerja keuangan.

**Pengaruh Strategi Pemasaran, Kebijakan Pemerintah, Dan Kinerja Karyawan Terhadap
Peningkatan Profitabilitas Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening
di PT ANTAM Tbk UBPP Logam Mulia**

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Armstrong's handbook of human resource management practice* (15th ed.). Kogan Page.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik perdagangan luar negeri Indonesia: Ekspor dan impor*. BPS Indonesia.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2021). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases* (7th ed.). Pearson.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Fanggidae, R. P. C. (2015). Pengaruh efektivitas kepemimpinan dan kinerja karyawan terhadap penjualan di Flobamora Mall Kupang. *Journal of Management (SMEs)*, 1(1), 78–92.
- Giawa. (2021). Analisis kinerja keuangan PT Adaro Energy Tbk periode 2010-2019. *Journal Information*, 10(3), 234–248.
- Haderianor, Rizani, F., & Rasidah. (2022). Pengaruh intervensi pemerintah terhadap kinerja keuangan dengan efisiensi sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 112–128.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., Ketchen, D. J., Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Calantone, R. J. (2014). Common beliefs and reality about PLS: Comments on Rönkkö and Evermann (2013). *Organizational Research Methods*, 17(2), 182–209. <https://doi.org/10.1177/1094428114526928>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Lifchatullaillah, E., Supeni, N., & Indra. (2024). Pengaruh strategi pengelolaan modal usaha dan strategi pemasaran pada UMKM dalam meningkatkan profitabilitas. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 18(2), 156–170.
- Listyarso, A. (2005). *Pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran dan kinerja perusahaan dengan lingkungan persaingan sebagai variabel moderating* [Tesis Magister, Universitas Diponegoro]. Institutional Repository Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/16423/>
- Metals Focus. (2024). *Gold focus 2024*. Metals Focus Ltd.
- Milanka Lestari, W., & Sofia Yanti, T. (2023). Peramalan harga logam mulia Antam satu gram menggunakan metode Arima Kalman Filter. *Bandung Conference Series: Statistics*, 3(2), 445–452. <https://doi.org/10.29313/bcss.v3i2.8496>
- NABABAN, G. H. (2022). *Analisis kinerja keuangan PT. Aneka Tambang (ANTAM) Tbk periode 2010-2019* [Skripsi Sarjana, Universitas HKBP Nommensen]. Repository UHN. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5432>
- Nurhasan, W. (2022). *Pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening pada PT Kimia Farma Tbk periode 2013–2021* [Skripsi Sarjana, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. Repository UIN Jakarta. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/62345>
- OECD. (2022). *Global material resources outlook to 2060: Economic drivers and environmental consequences*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264307452-en>
- Oey, L. F., & Alamsyah, N. (2020). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan perhiasan pada Toko Emas Mutiara Bogor. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 336–348.
- Paryanti, D., & Rasmansyah, R. (2020). Pengaruh kompetensi dan motivasi terhadap kinerja karyawan PT Antam Tbk UBPP Logam Mulia. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 21(2), 145–158. <https://doi.org/10.35137/jei.v21i2.432>
- Porter, M. E. (2020). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Pratiwi, J. E. (2020). Konsep uang menurut Ibnu Khaldun dan relevansinya di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 78–95.
- Rahmanita, M. (2017). *Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening* [Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Semarang]. Institutional Repository UNNES. <http://lib.unnes.ac.id/29876/>
- Sari, N., & Hendri, N. (2022). Analisis kinerja laporan keuangan pada PT. Aneka Tambang Tbk, periode 2016-2018. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(3), 412–426. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i3.1278>

- Soraya, O. M., Yunus, U., & Adipradana, M. Di. (2022). Marketing communication strategy of gold mining company "PT Antam Logam Mulia" through digital platform. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 100(17), 5823–5835.
- Stiglitz, J. E. (2021). The proper role of government in the market economy: The case of the post-COVID recovery. *Journal of Government and Economics*, 1, 100004.
<https://doi.org/10.1016/j.jge.2021.100004>
- Wirajaya, I. G. A., & Giantari, I. G. A. K. (2023). Analisis dampak penyetopan eksport emas terhadap devisa dan penerimaan negara. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 12(5), 1234–1256.
- World Gold Council. (2023). *Gold refining and the London Good Delivery List*. World Gold Council.